insomnia
MAGAZINE
#2
02
9 772183 505009

É bom estar de volta

POR GONÇALO PINTO JORGE

Seis meses após o lançamento do nosso número inaugural, estamos de volta com 144 páginas que esperamos serem do vosso agrado.

É bom voltar a reunir esta equipa em torno da ideia em que acreditamos: um projecto editorial que alia o erotismo à arte e à cultura. O facto de estarmos de volta com este número dois da revista é sinal de que, por um lado, a INSOMNIA Magazine está bem acordada e, por outro, os olhos dos nossos leitores estão bem abertos! Foi isso que notámos neste último semestre. Que há interesse numa publicação neste formato. Que o público leitor existe e nos dá força para continuar, para crescer, para melhorar. Obrigado a si pelo seu interesse e pelo tempo que despende connosco. Esta revista é também sua.

Nesta edição conseguimos, mais uma vez, reunir o trabalho de cinco fotógrafos portugueses de excelência que, embora tenham estilos e estéticas diferentes, conseguiram captar, cada um à sua maneira, a beleza e o encanto do corpo feminino.

As modelos fotografadas, desta vez, são maioritariamente de nacionalidade portuguesa, o que, embora não seja fundamental, é um aspeto que deixa nos deixa bastante orgulhosos, uma vez que a INSOMNIA Magazine é uma publicação essencialmente lusófona.

A nossa modelo de capa não é portuguesa, como saberão, mas é seguramente uma mulher cuja sensualidade é sobejamente conhecida no nosso país. Falo, naturalmente, da belíssima Nereida Gallardo, que tivemos o prazer de conhecer e fotografar. Já sabíamos que a Nereida era intensa e sedutora. Ficámos a saber que é meiga e genuína.

Mas, porque a INSOMNIA não vive só de fotografia, temos muitas outras surpresas para vós. Temos uma mágica entrevista ao ilusionista Luís de Matos, em que nos fala do seu percurso na arte da ilusão; temos uma reportagem sobre o mundo daqueles cuja profissão é inspirar, os oradores motivacionais Jorge Sequeira, Rafael Polónia e Pedro Tochas; temos outra reportagem sobre o super seleto e quase secreto clube libertino Mise en Scène; temos as bandas desenhadas do Gus Morais, do André Oliveira e do Pedro Brito; e também temos mais, mas não queremos estragar a surpresa! Desfrute do que preparámos para si e obrigado, mais uma vez, por estar desse lado.

INSOMNIA Magazine: you can sleep when you die.

Foto Ana Dias

42

70

102

120

8 **ELA NÃO DORME** NO TOPO DO MUNDO

10 **ATUALIDADE**

13 **COTIDIANO SOLÚVEL** DE GUS MORAIS

14 **ELE NÃO DORME** ADEUS, DIOGO

16 **AGENDA**

24 **PARA LER** O NOBEL DE SVETLANA ALEXIEVICH

25 **PARA OUVIR** UM SEGREDO BEM GUARDADO

26 **CINEMA | TV | ONLINE**

30 **ARTE** WASTED RITA: A ESCOLHA DE BANKSY

32 **DESPORTO** CLAQUES: PARA QUE VOS QUEREMOS?

34 **LISTA DAS COMPRAS**

40 **O ESTILO DE** PIERRE-LOUIS

42 **INSOMNIA GIRL** CARINA LIMA

54 **REPORTAGEM** ORADORES MOTIVACIONAIS

60 **TALENTO** NUNO SARAIVA

64 **REPORTAGEM** SEXO UTÓPICO, LIBERAL E FARTO?

70 **INSOMNIA GIRL** ANA LAMAS

82 **BD** TODOS BONECOS DE ANDRÉ OLIVEIRA

88 **INSOMNIA COVER** NEREIDA GALLARDO

102 **INSOMNIA GIRL** CLÁUDIA PIRES

114 **ENTREVISTA** LUÍS DE MATOS UM MUNDO MÁGICO

120 **INSOMNIA GIRL** HANNA

134 **VIAGEM** BREAKING BAD EXPERIENCE

137 **RESTAURANTE | BAR**

138 **ALGO BOM** A TOURIGA, A MONTANHA E O MAR

141 **FOLLOW ME** BÁRBARA LOURENÇO

142 **HUMOR** DE CÉSAR FERREIRA

NA CAPA
NEREIDA GALLARDO
FOTOGRAFADA POR ANA DIAS.

A atleta filantropa de 37 anos vai batendo recordes desportivos para financiar a causa humanitária que criou, a Fundação Maria Cristina.

Foto: © Maria Cristina Foundation

NO TOPO DO MUNDO

Maria da Conceição, a primeira portuguesa a escalar o Evereste, desafia dia após dia os seus próprios limites para ajudar crianças e famílias das favelas do Bangladesh.

POR ANDRÉ VIDIGAL

Uma das características mais comuns aos grandes empreendedores é, sem dúvida, a determinação. Ao analisarmos os seus percursos, percebemos que são de tal modo focados que concretizam quase sempre algo interessante ou valioso. Maria da Conceição, de 37 anos, leva a determinação ao extremo. Aliás, ela foi ao extremo das suas capacidades físicas ao correr sete maratonas em sete dias. E foi ao extremo da própria natureza, ao escalar o Evereste. Na verdade não o fez por ser atleta de alta competição ou pelo desafio: fê-lo para angariar fundos para a Fundação Maria Cristina.

Ao chamar sobre si as atenções do público, a antiga assistente de bordo no Dubai está a tornar visível o seu projeto de ajudar crianças e famílias dos bairros de lata do Bangladesh, pagando-lhes a educação, dando-lhes trabalho, abrindo-lhes uma porta que estaria fechada, não fosse a sua dedicação à causa.

O nome da fundação deve-se à sua mãe adoptiva, Maria Cristina, uma mulher pobre, refugiada de Angola, que mesmo com seis filhos não hesitou em tomar conta de mais um. Foi este modelo de generosidade e de partilha que fez Maria da Conceição chegar ao Polo Norte e decidir-se a fazer um Ironman, prova duríssima de triatlo, sem saber sequer nadar. A grande verdade é que o ceticismo ou pessimismo não fazem parte do seu vocabulário. Se lhe perguntarem qual a razão pela qual se dedicou de tal forma à causa, ela não dá uma, mas 600 razões, uma por cada criança que ajudou através do projeto Dhaka.

Num tempo conturbado onde a Europa recebe milhares de refugiados, não podemos deixar de olhar para o trabalho de fundo desta portuguesa que não se limitou a uma ajuda sintomática da pobreza, mas sim a quebrar o ciclo.

Se Maria da Conceição perdeu o sono neste esforço não sabemos, mas que mais crianças dormirão descansadas, é um facto. ●

O FIM DA NUDEZ NA PLAYBOY

Internet *leva a icónica revista masculina Playboy a deixar de mostrar fotografias de mulheres com nudez integral.*

POR GONÇALO PINTO JORGE

A edição norte-americana da publicação erótica mais famosa do mundo, a revista Playboy, anunciou que, a partir de março de 2016, deixará de publicar nas suas páginas fotografias de mulheres totalmente nuas.

A notícia foi avançada pelo jornal New York Times, numa reportagem que tem como fonte o presidente-executivo da empresa, Scott Flanders. A posição é apoiada pelo fundador da revista, Hugh Hefner, agora com 89 anos. Segundo fonte da revista, esta continuará a publicar fotografias de belas mulheres, em poses *sexy* e sedutoras, mas sem nudez integral.

A presença *online* de abundantes conteúdos eróticos grátis estará, pelo menos em parte, por trás desta tomada de posição. "Estamos a um clique de distância de qualquer ato sexual imaginável, de forma gratuita", disse Flanders, segundo o New York Times. "Por isso, nesta altura, [a nudez] está fora de moda."

De facto, a publicação que contou com a atriz Marilyn Monroe na sua primeira capa, em 1953, tem vindo a diminuir significativamente o número de vendas em banca. Esta queda de circulação, de acordo com dados da Alliance for Audited Media, significa uma redução do número de leitores da revista impressa de 5,6 milhões, em 1975, para cerca de 800 mil atualmente.

Já em agosto de 2014 a marca tinha optado por eliminar os conteúdos contendo nudez do seu *website*. Esta mudança de estratégia terá permitido aumentar o tráfego do *site* em cerca de 400 porcento. Para além disso, a idade mediana dos visitantes desceu dos 47 para os 30 anos, uma faixa demográfica bem mais interessante para os publicitários.

É sabido que a Playboy sempre foi bem mais do uma publicação "só" de nus. A título de exemplo: Ian Fleming, Vladimir Nabokov, Gabriel Garcia Marquez e Jack Kerouac escreveram para a revista; já Stanley Kubrik, Martin Luther King, Steve Jobs ou Fidel Castro fizeram parte da lista de entrevistados. Por isso mesmo, "apenas compro para ler os artigos" é o que já muitos homens diziam. Dentro em breve a afirmação será ainda mais verdadeira...

NEGATIVE UNDERGROUND

Fotógrafo português vence troféu na competição International Photography Awards.

Filipe P. Neto venceu o primeiro prémio na categoria 'fine arts – abstract' da edição de 2015 do concurso IPA – International Photography Awards – organizado pela Lucie Foundation de Los Angeles. Aos 48 anos de idade, o fotógrafo e engenheiro electrotécnico natural do Porto obteve o galardão com um projeto intitulado "Negative Underground". Trata-se de uma série de fotografias em negativo do edifício da sede da EDP, na cidade invicta. Segundo Filipe P. Neto, o seu objetivo para este conjunto de imagens foi "abordar de uma outra forma as particularidades arquitetónicas daquele espaço (...) utilizando o negativo das fotografias para transformar as sombras em luz".
Esta edição do IPA contou com 15.000 submissões de 103 países.

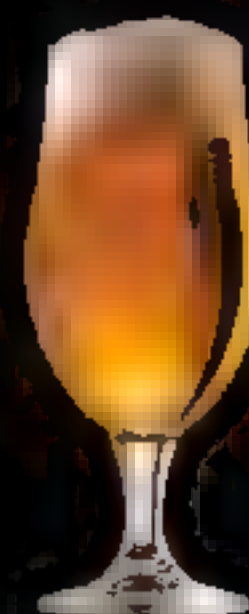
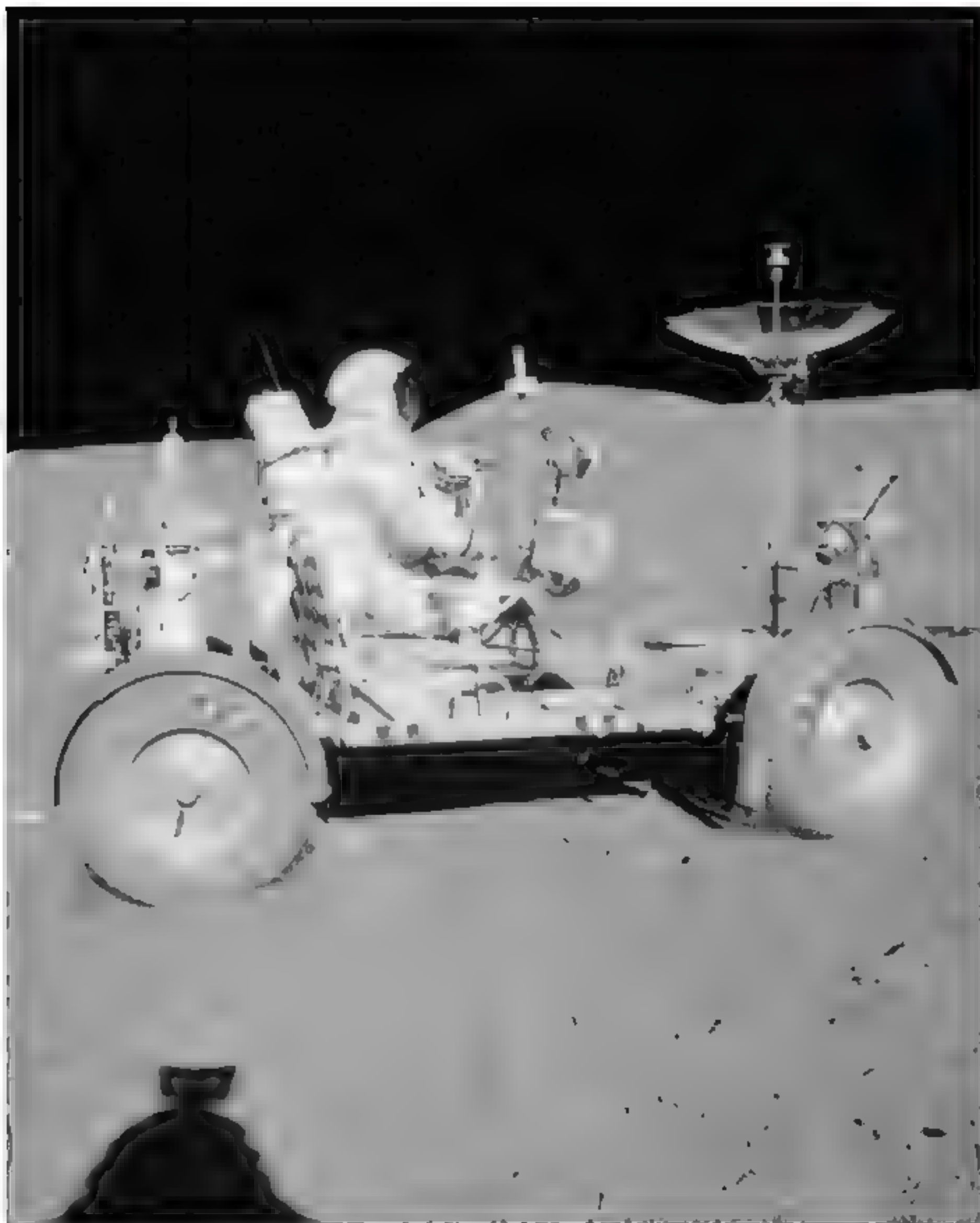
Morreu José Vilhena

Cartoonista, escritor e pintor José Vilhena que satirizou com génio a realidade portuguesa antes e após o 25 de abril de 1974 morreu em Lisboa a 3 de outubro
A escrita, a ilustração, o desenho, a fotografia e a fotomontagem foram as ferramentas que usou para humoristicamente, fazer a crítica dos costumes, denunciar a atualidade política e religiosa, ou simplesmente partilhar o seu olhar sobre o erotismo
Vilhena foi o fundador e autor de várias revistas de humor e sátira como "O Mundo Ri", "O Moralista" e "Gaiola Aberta", que lhe valeram três detenções pela PIDE. Nos anos 80 foi também processado pela princesa Carolina do Mónaco, na sequência de uma fotomontagem que publicou
O *cartoonista* faleceu aos 88 anos

Fotos Filipe P Neto © José Vilhena

LUCY IN THE SKY

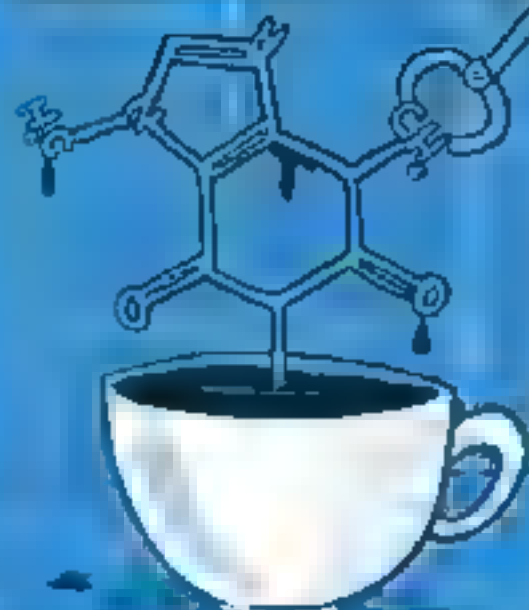
A cerveja artesanal Lucy, de origem 100% orgânica, é a primeira cerveja biológica autenticada portuguesa.

Em Portugal há já uma extensa oferta de cervejas artesanais biológicas, mas até há pouco não havia nenhuma com certificação.
A cerveja Lucy, criação de Luís Mileu, Mário Silva, António Bezerra e do mestre cervejeiro Pedro Sousa, é a primeira a cerveja biológica autenticada nacional.
A cerveja é produzida numa fábrica na Trofa, sendo elaborada a partir dos melhores ingredientes 100% orgânicos. O teor de álcool é de 4,6%.
A escolha do nome da marca tem a ver com a sua filosofia de produção, centrada na preocupação ambiental, orgânica e de qualidade do produto; Lucy nasceu da canção dos Beatles "Lucy in the Sky with Diamonds", que por sua vez é uma referência ao australopiteco Lucy que terá vivido há 3,2 milhões de anos, numa altura em que o ambiente era limpo e puro.
Para já poderá degustar a cerveja nos restaurantes lisboetas Taberna Tosca, Carvoeiro, Sociedade e Salão Ideal. Também a poderá encontrar a Lucy à venda - nas versões Witbier, IPA e Dopplebock - na *roulotte* We Are Skulls, que se desloca por feiras e festivais de *street food* por todo o país.

AS FOTOS DOS ASTRONAUTAS

Milhares de fotografias inéditas tiradas pelos astronautas das missões Apollo foram divulgadas **online.**

Foi tornada pública, por intermédio de Kipp Teague (um apaixonado pela exploração espacial), uma enorme coleção de fotografias, com mais de 10.000 imagens, tiradas durante as missões Apollo. A coleção chama-se Project Apollo Archive e é composta por fotografias que os astronautas captaram nas décadas de 60 e 70. Todas as fotos registadas pelos homens que pisaram a superfície lunar, usando câmeras Hasselblad, fazem parte do arquivo. As imagens estão *online*, em grande resolução e sem edição, na rede social Flickr. Este é um momento histórico para os entusiastas de astronomia e fotografia, já que se estima que mais de 85% das fotografias sejam inéditas.

NETFLIX
chega a Portugal

Começou em Portugal um novo modelo de conteúdos televisivos. Chama-se Netflix e trata-se de um serviço de filmes e séries *online* por assinatura.
Numa altura em que o consumo de televisão passou a ser cada vez mais frequentemente realizado através de dispositivos não convencionais, como o computador, os *tablets* ou os telemóveis, a aposta em novos modelos de conteúdos tem vindo a florescer. Os ritmos de consumo mudaram e, sobretudo nos escalões etários mais jovens, não há horas certas para ver filmes ou séries. A televisão clássica tem vindo a perder parte do seu apelo, mas o interesse pelas filmes e séries *online* é de tal forma forte que se estima que, em Portugal, 80% dos consumidores assistam a conteúdos em *streaming* várias vezes por semana.
A empresa Netflix nasceu em 1997 nos Estados Unidos da América, como um serviço de encomendas de DVD através da *internet*. Dez anos após a fundação, o modelo de negócio mudou e passou a focar-se na transmissão de vídeos *online*, sendo neste momento o líder mundial em televisão na *internet*, com 69 milhões de utilizadores em 50 países. Na Europa, o Netflix começou em 2012 e tem vindo a crescer significativamente. A estreia do serviço em Portugal surge simultaneamente com os lançamentos em Itália e Espanha.
O serviço funciona por assinatura mensal fixa, que permite assistir a todos os filmes e séries do catálogo em *streaming* vídeo. O preço, de 7,99 a 11,99 €/mês, varia consoante a qualidade de imagem e os dispositivos em uso.

Fotos © Project Apollo Archive © Netflix

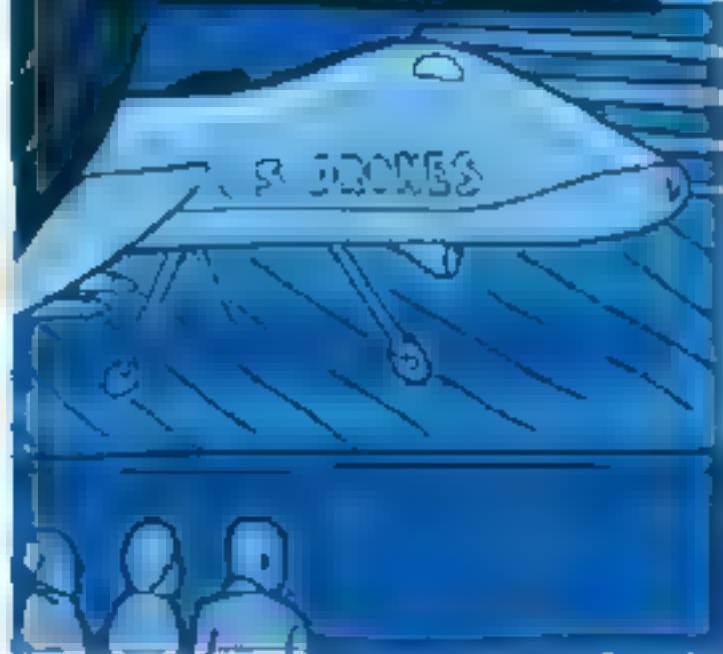
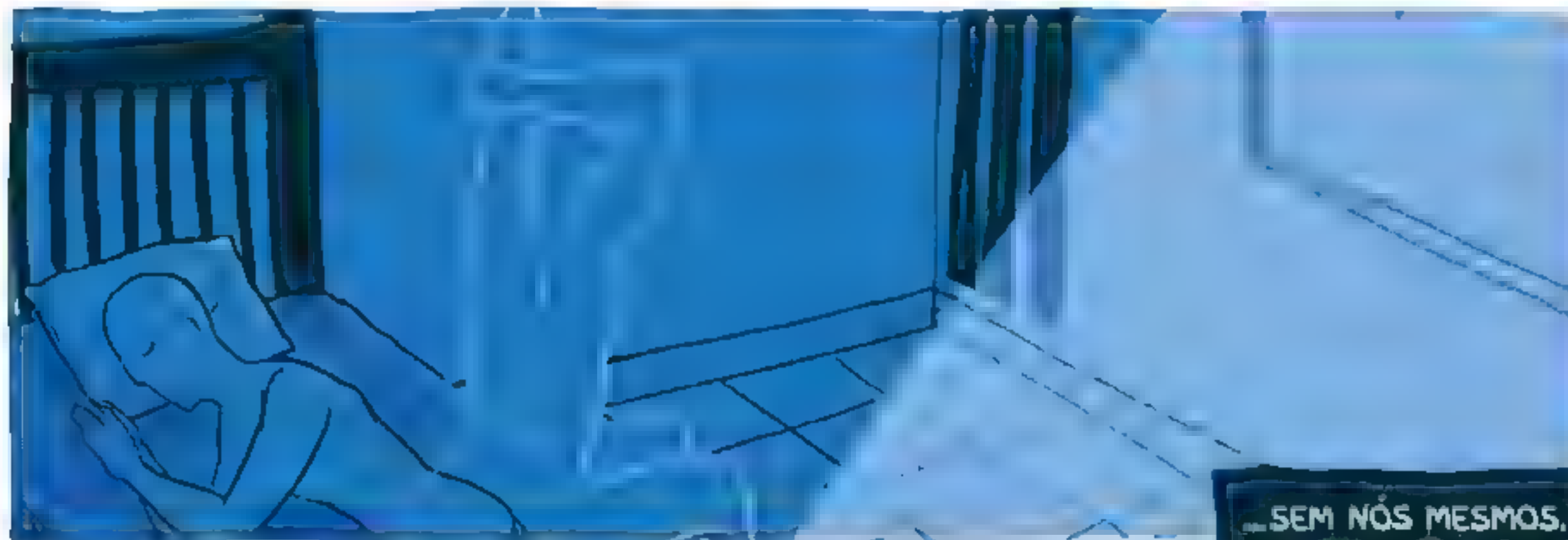
COTIDIANO SOLÚVEL de Gus Morais

Diogo Andrade e Sousa, o jovem aventureiro assassinado aos 30 anos, percorreu o mundo com um sorriso nos lábios. Aqui em Bali equilibra uma tartaruga na cabeça! Porque não?

Foto: Lisa Whittaker

ADEUS, DIOGO

Viajante, aventureiro, companheiro e amigo: Diogo Andrade e Sousa experimentou, até ao fim, tudo o que a vida tinha para oferecer.

POR GONÇALO PINTO JORGE

Fez há pouco um ano que perdi um amigo. Um grande amigo. Um dos melhores amigos. Chamava-se Diogo Andrade e Sousa e deixou-nos com 30 anos.
O Diogo era uma das pessoas mais inspiradoras com quem já tive a sorte de privar. Era positivo e proativo. Fazia acontecer. Mexia-se.
Estudou para ser arquiteto e aos 25 anos, já com o diploma na mão, largou a segurança do emprego que tinha e partiu à descoberta do mundo. Com uma mochila às costas e a alma aberta, viajou e conheceu lugares, pessoas e situações que a maioria de nós nem imagina existirem. Ao longo da viagem aventureira fez de tudo, pela experiência de sentir na pele a realidade e, também, para financiar a sua existência nómada. Vendeu até bolas de Berlim numa praia da Austrália! Terá sorrido (muito) e, raramente, chorado no percurso que escolheu. Houve até momentos em que temeu pela vida. Lembro-me, por exemplo, de um episódio em que o autocarro onde seguia sozinho, algures perdido por caminhos sinuosos da América do Sul, foi alvejado repetidamente. As balas terão zumbido nos seus ouvidos, mas safou-se. Não teve o meu amigo a mesma sorte em Lisboa, no Cais do Sodré, quase à porta de casa… Por querer defender uma amiga; por não se conformar com uma situação intolerável, foi assassinado.
Todos temos as nossas convicções e os nossos valores. O Diogo agia sempre em conformidade com os seus. Afinal de contas, se só se vive uma vez, mais vale ser-se fiel àquilo em que se acredita. Isso é inspirador.
O Diogo amava a vida e, até ao trágico desfecho, a vida amava o Diogo. A família e os amigos amavam o Diogo. Na realidade, todos o amavam. Era impossível ser de outra forma. O meu amigo amava, também, o universo feminino. Este universo onde constam as palavras que agora estão a ler. Sei que, se estivesse connosco, as palavras do Diogo estariam, muito provavelmente, nesta página ou noutras desta revista.
Temos saudades tuas, Diogo. ●

AGENDA

Há muitos eventos que estão aí à porta e não vai querer perder. Saia de casa. Abra os olhos (e a alma). Não se irá arrepender.

POR GONÇALO PINTO JORGE

Foto Arnie Lee

DOCLISBOA'15

FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINEMA • 22 DE OUTUBRO A 1 DE NOVEMBRO

A 13.ª edição do festival de cinema, organizado pela associação cultural Apordoc – Associação pelo Documentario, contará com mais de 200 filmes que se esperam "arriscados e provocadores".
O filme de abertura sera "Bella e Perduta", do realizador italiano Pietro Marcello. O festival incluirá uma ampla retrospetiva do trabalho do realizador servio Zelimir Zilnik e também uma retrospetiva focada na relação entre terrorismo e cinema. O Doclisboa encerrará com filme "El Botón de Nácar", do cineasta chileno Patricio Guzman.

VARIOS ESPAÇOS – LISBOA
WWW.DOCLISBOA.ORG

AMADORA BD

FESTIVAL INTERNACIONAL DE BANDA DESENHADA • 23 DE OUTUBRO A 8 DE NOVEMBRO

A 26.ª edição do festival tem como tema "A Criança na BD" e será dedicada aos irmãos Quim e Manecas, duas personagens criadas há 100 anos pelo caricaturista Stuart de Carvalhais, um dos precursores do modernismo português.
O festival contará tambem com a habitual atribuição dos Premios Nacionais de Banda Desenhada, distinguindo edições e personalidades nacionais e estrangeiras cuja atividade se desenvolve no circuito desta arte.

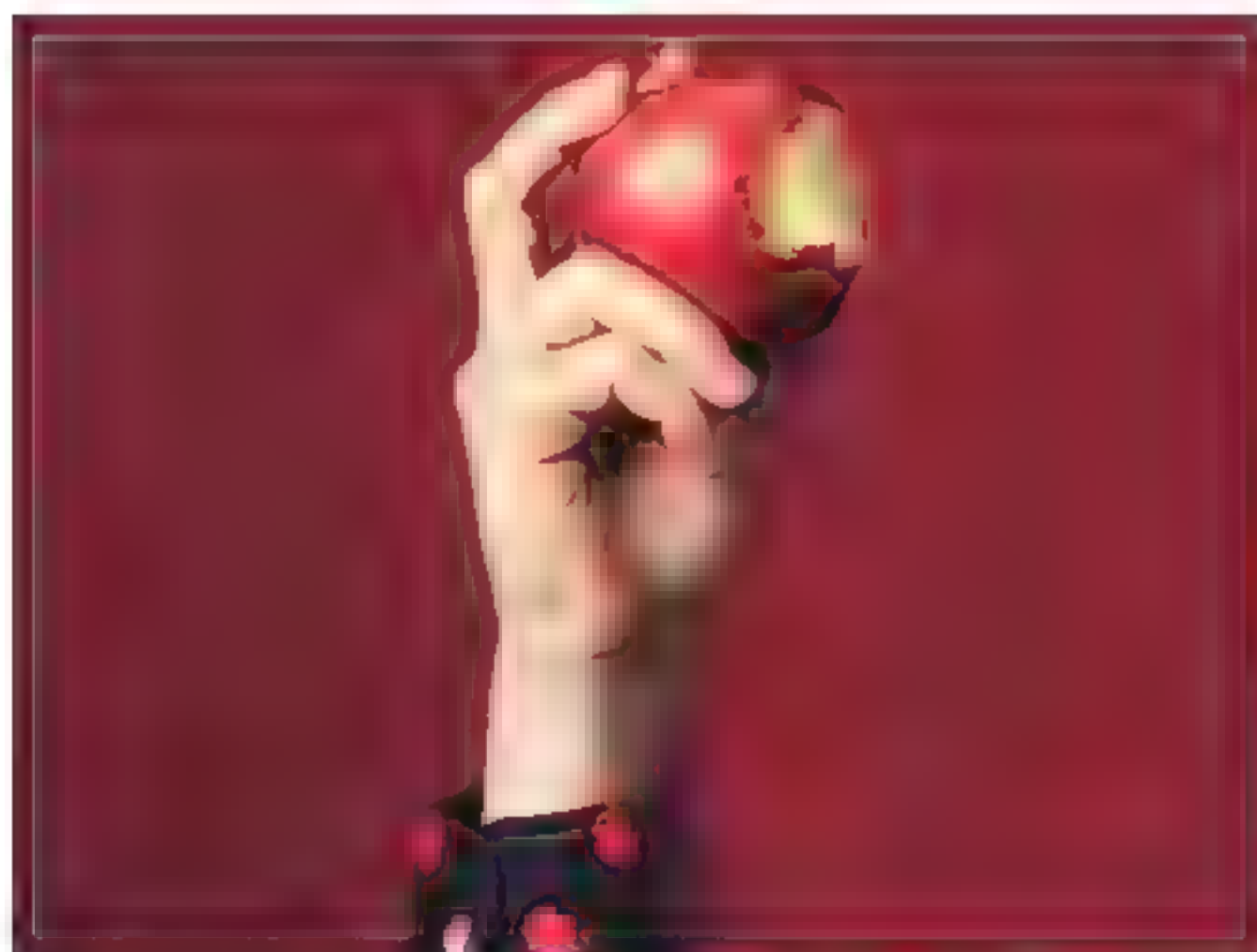
FÓRUM LUÍS DE CAMÕES – AMADORA
WWW.AMADORABD.COM

STACEY KENT

CONCERTO/MÚSICA • 29 E 30 DE OUTUBRO

Uma das mais aclamadas vozes do *jazz* da actualidade está de volta a Portugal. Após os espetaculos de 2013, onde, mais uma vez, se apresentou perante plateias esgotadas por um publico que tanto a acarinha, Stacey Kent regressa ao CCB e ao Coliseu do Porto.
"Mágica" é um dos adjetivos mais utilizados para descrever a cantora norte-americana que num português irrepreensível celebra a música de alguns dos seus ídolos, interpretando temas de Tom Jobim, Vinicius de Moraes e outros, bem como composições originais e alguns temas incontornáveis do *jazz*.

CENTRO CULTURAL DE BELÉM – LISBOA
WWW.CCB.PT

COLISEU DO PORTO – PORTO
WWW.COLISEU.PT

DAVID FONSECA – FUTURO EU

CONCERTO/MÚSICA • 30 E 31 DE OUTUBRO

"Futuro Eu" é o novo espectáculo que David Fonseca criou e que apresentará em Lisboa e Porto, no Grande Auditório do Centro Cultural de Belém e na Casa da Música nos dias 30 e 31 de outubro, respetivamente.
Com o título retirado da canção revelada recentemente através das redes sociais, "Futuro Eu" expõe um conceito inédito na sua já vasta obra em que o inesperado é princípio basilar. Depois de Silence4, David Fonseca mergulhou na construção de um projeto a solo que o transformou numa figura ímpar da criação musical nacional, sempre mantendo uma dinâmica próxima e invulgar com o seu público.

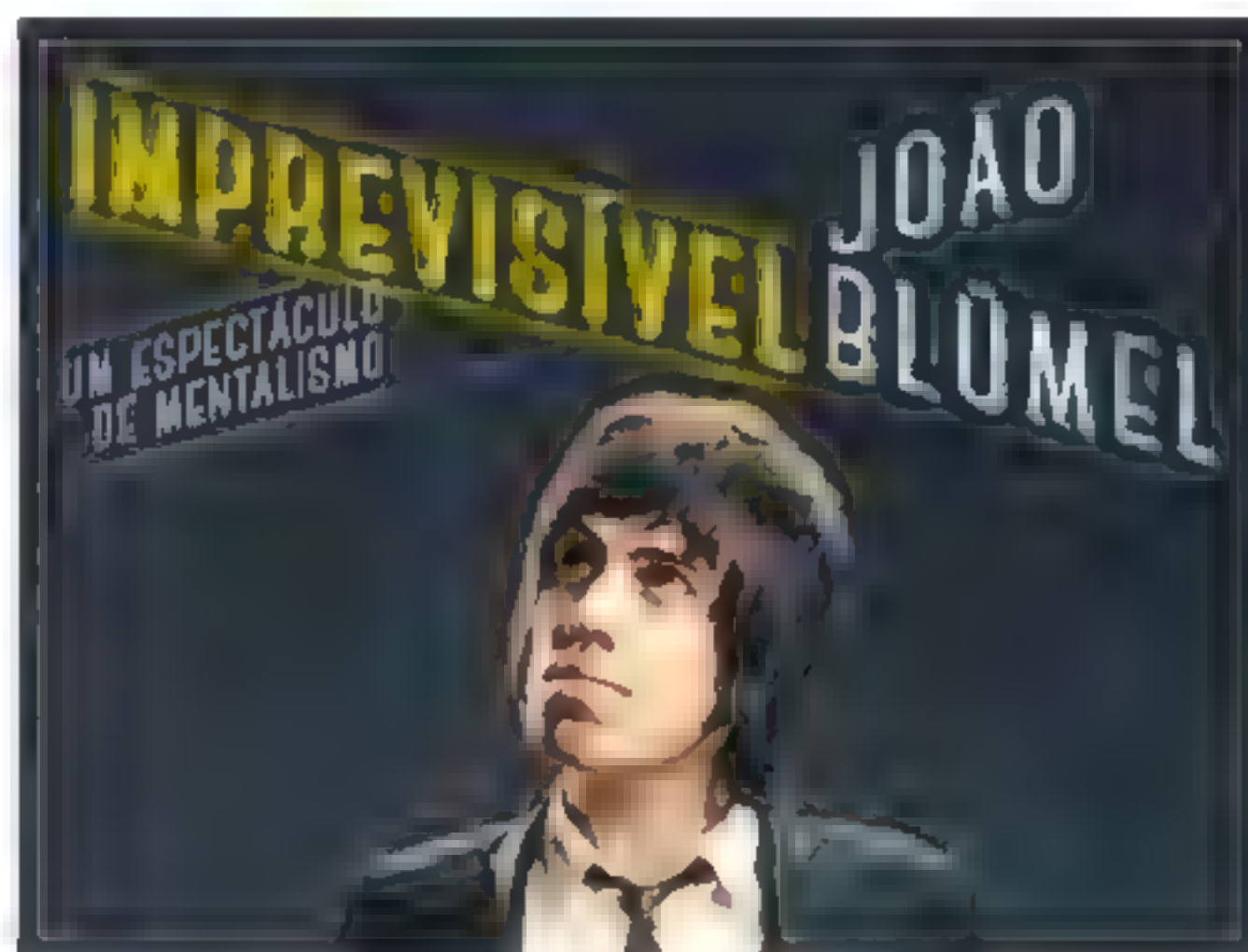
CENTRO CULTURAL DE BELÉM – LISBOA
WWW.CCB.PT

CASA DA MÚSICA – PORTO
WWW.CASADAMUSICA.COM

JOÃO BLUMEL – IMPREVISÍVEL

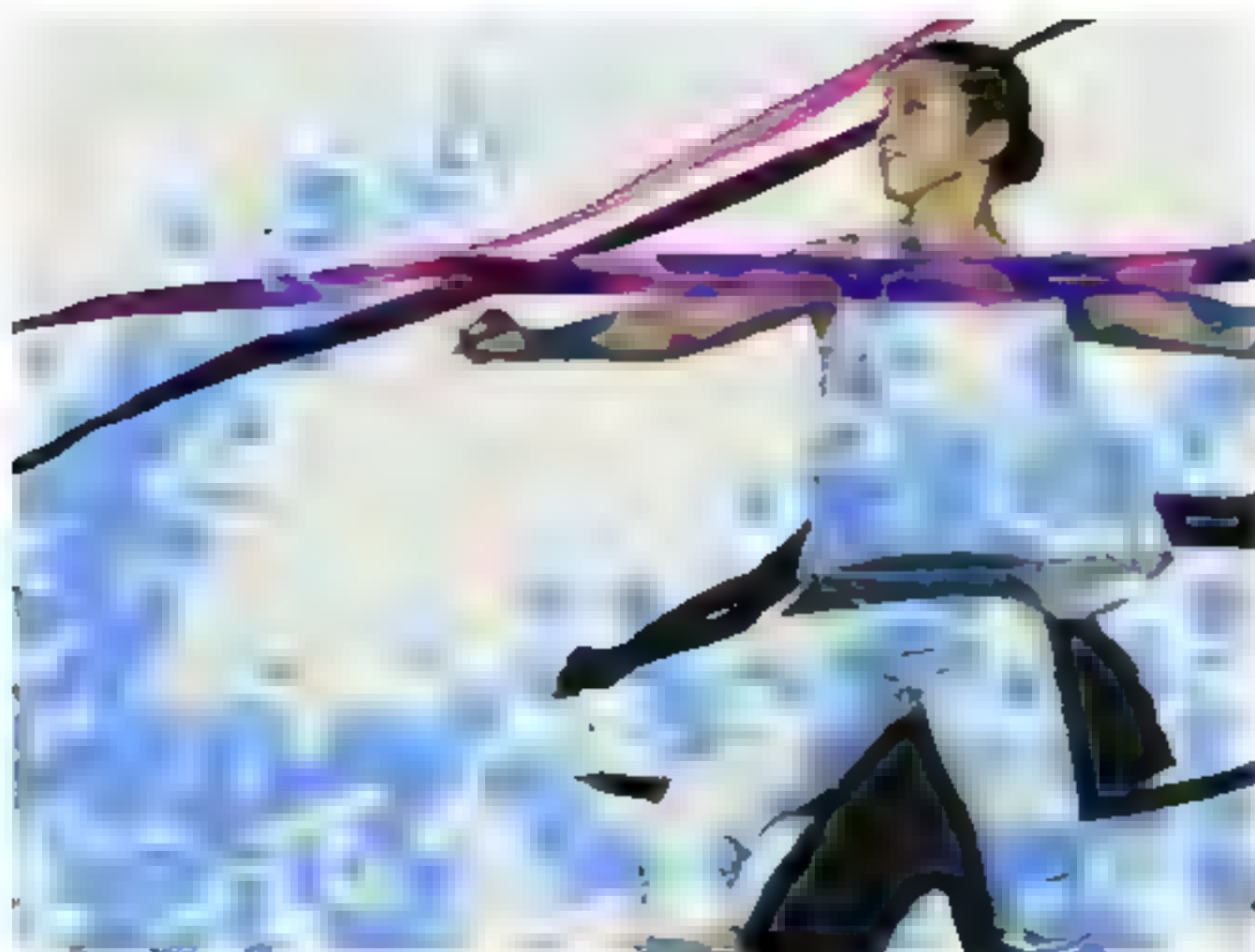
ESPETÁCULO DE MENTALISMO • 9 DE NOVEMBRO

"É possível eu prever uma decisão que ainda não tomou?", pergunta o mentalista. Depois de múltiplas sessões esgotadas no Cinema São Jorge e de uma temporada no Auditório do Casino Estoril, "Imprevisível" regressa ao palco que o viu estrear. Neste espetáculo, João Blumel interage com o público presente, fazendo experiências psicológicas e testando a sua previsibilidade, sempre com humor, jogos psicológicos e leitura de mentes à mistura.
Uma ousada viagem de 90 minutos aos segredos da mente, onde tudo pode acontecer.

CINEMA SÃO JORGE – LISBOA
WWW.CINEMASAOJORGE.PT

CINANIMA

FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINEMA DE ANIMAÇÃO • 9 A 15 DE NOVEMBRO

O CINANIMA é um festival de cinema de animação nascido em 1976 e organizado pela NASCENTE Cooperativa de Acção Cultural e pela Câmara Municipal de Espinho.
O evento tem vindo a contribuir para a criação de novos públicos para este género, permitindo que o cinema animado possa ser reconhecido pelo grande público como um género nobre e consagrando a animação como uma plataforma de comunicação artística multidisciplinar por excelência.
Nesta 39.ª edição estarão a concurso 82 filmes e, para além da competição, farão parte do festival numerosas exposições, ações de formação, *performances* e outras iniciativas.

CENTRO MULTIMEIOS DE ESPINHO – ESPINHO
WWW.CINANIMA.PT

ENRA

ESPETÁCULO DE DANÇA E MULTIMÉDIA • 20 E 21 DE NOVEMBRO

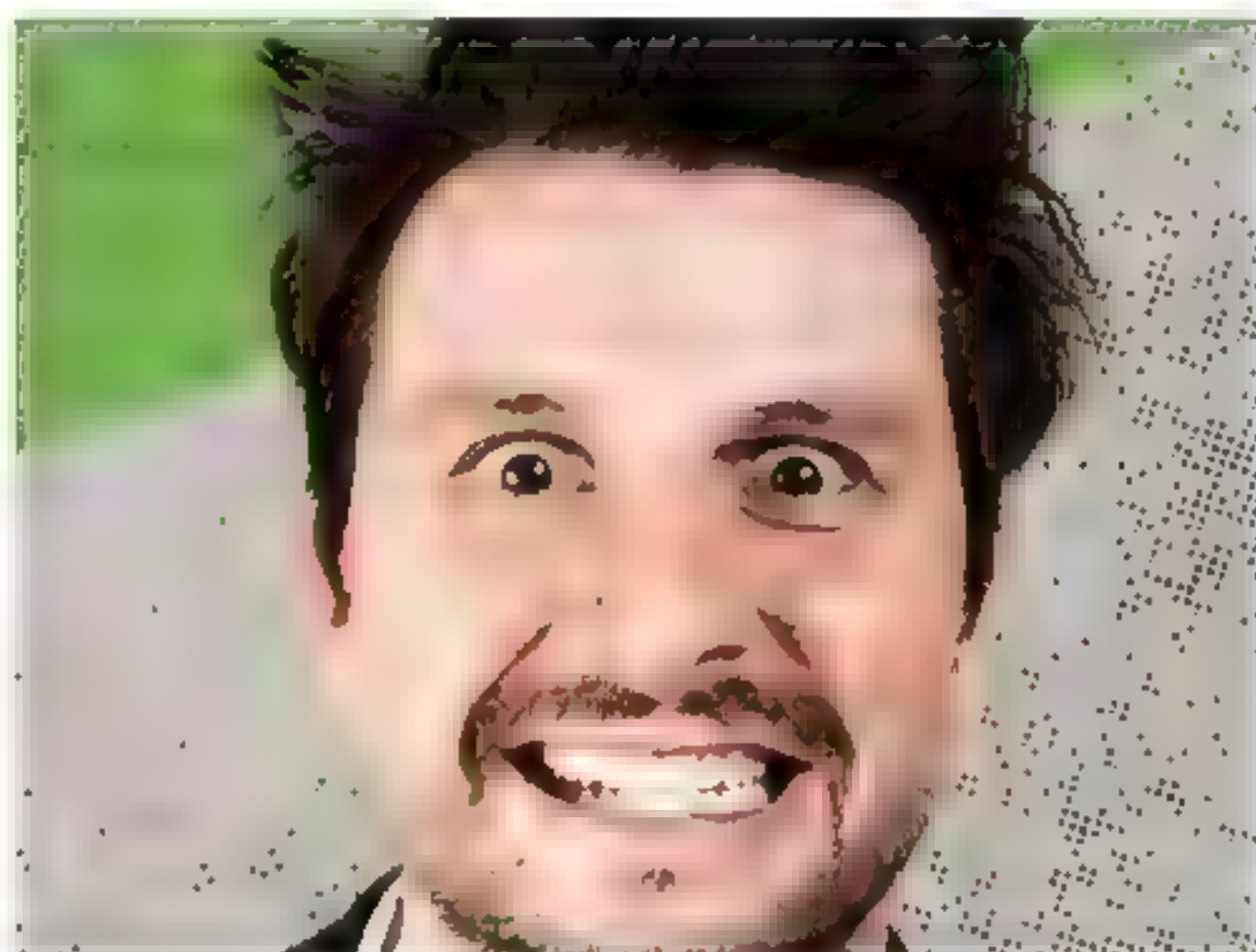
Depois da cerimónia de candidatura aos Jogos Olímpicos 2020 do Japão, assinaram o espetáculo de encerramento do 68.º Festival de Cinema de Cannes. São os ENRA e vêm do Japão, a "Terra do Sol Nascente".
A companhia, criada em 2012 por Nobuyuki Hanabusa, alia diferentes disciplinas performativas a cenários virtuais que se transformam ao ritmo da música e da narrativa.
É esta combinação da imagem com a *performance* de artistas multifacetados, desde bailarinos a acrobatas, passando pelos mestres em artes marciais, que tornam esta companhia, formada há três anos, na mais recente novidade do entretenimento.

CENTRO CULTURAL DE BELÉM – LISBOA
WWW.CCB.PT

HUGO SOUSA – FRENÉTICO

STAND-UP COMEDY • 26 DE NOVEMBRO

"Frenético" é talvez a palavra que melhor descreve a energia de Hugo Sousa em palco e que, por isso, dá agora nome ao seu novo espectáculo de *stand up comedy*.
Num misto de *storytelling* e humor de observação, abordando temas como o sexo, as relações interpessoais e as situações do dia-a-dia, "Frenético" promete contagiar as salas por todo o país, num espetáculo que não deixará ninguém indiferente.

TEATRO MIGUEL FRANCO – LEIRIA
WWW.TEATROJLSILVA.PT

COMIC CON PORTUGAL 2015

CONVENÇÃO DE CULTURA POP • 4 A 6 DE DEZEMBRO

A Comic Con Portugal é a maior convenção de cultura *pop* a realizar-se no nosso país, albergando diversas áreas, como cinema, séries de TV, videojogos, banda desenhada, *cosplay*, *anime* e *manga*.
Nesta segunda edição da convenção em Portugal, vão estar presentes artistas nacionais e internacionais das mais diversas áreas que o evento abarca. Estes vão partilhar as suas experiências e participar em painéis, sessões de autógrafos e *"meet & greet"*. Para além disso, vai haver lugar para estreias exclusivas, exposições, *workshops*, exibições e muito espírito de cultura *pop*.

EXPONOR – MATOSINHOS
WWW.COMIC-CON-PORTUGAL.COM

XUTOS & PONTAPÉS
SE ME AMAS – ACÚSTICO

CONCERTO/MÚSICA • 18 DE DEZEMBRO

Há muitas historias dentro da história dos Xutos & Pontapés. A história do "Acústico" é uma das mais bonitas. Porque há coisas que não são planeadas mas podem ser muito importantes. Há momentos em que uma banda renasce porque se reencontra.
Em 1995, de uma emissão de rádio, fez-se um disco – "Ao Vivo na Antena 3" – que mudou o modo como este país sentiu a força da música dos Xutos & Pontapés.
Agora, 20 anos depois, Tim, Zé Pedro, Kalu, João Cabeleira e Gui revisitam esse momento tão singular nas suas carreiras: "Se me Amas" é o regresso dos Xutos & Pontapés ao formato acustico. Um encontro feliz e raro entre músicos totalmente entregues à essência das suas canções.

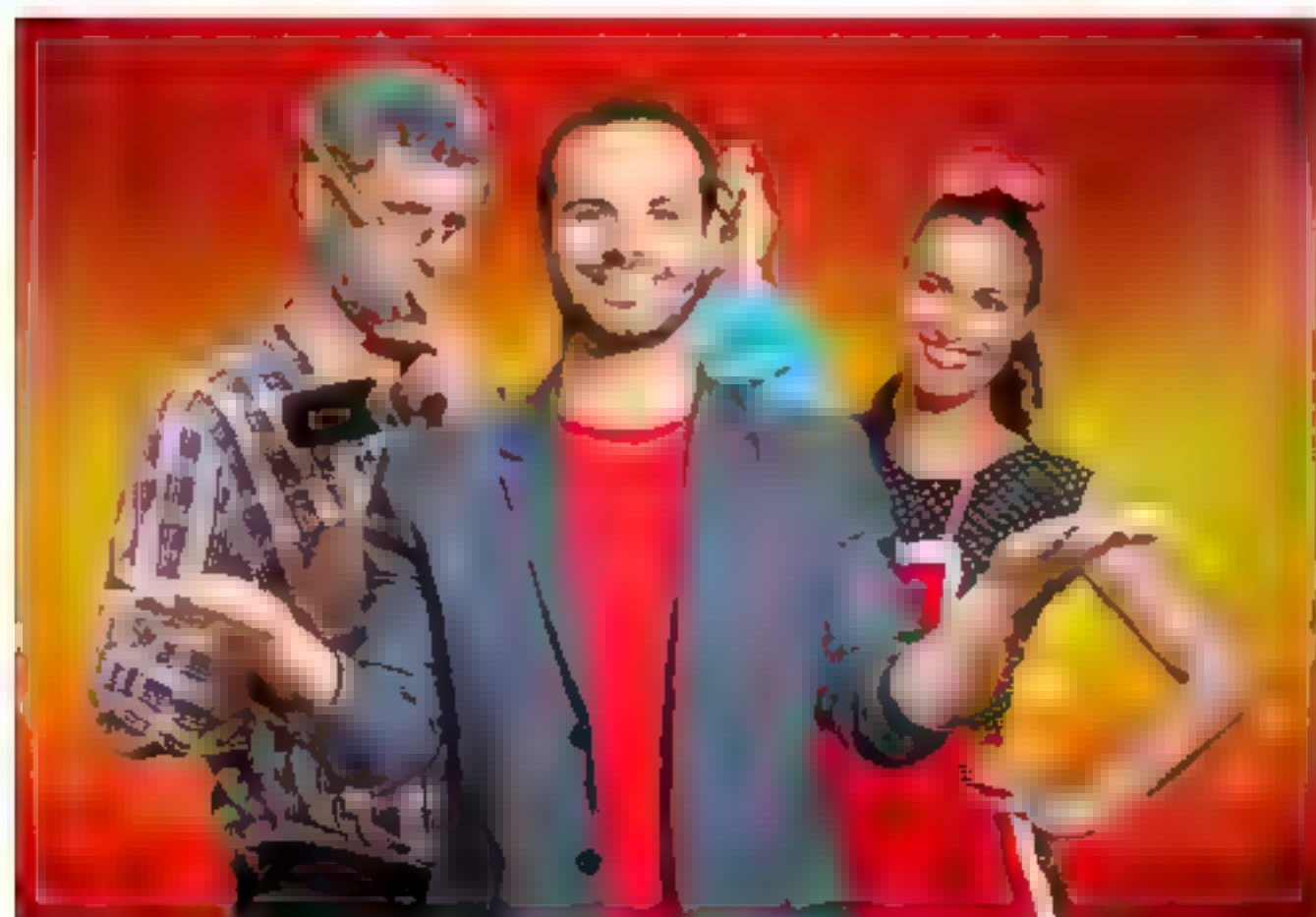
CAMPO PEQUENO – LISBOA
WWW.CAMPOPEQUENO.COM

THE GIFT – 20 ANOS

CONCERTO/MÚSICA • 19 DE DEZEMBRO

Os Gift vão voltar aos palcos com duas datas que têm como intuito celebrar 20 anos de carreira. Os concertos estão marcados para os dias 12 e 19 de dezembro, respetivamente no Pavilhão Multiusos de Guimarães e no MEO Arena, em Lisboa.
"Há 20 anos atrás, em Alcobaça, não pensamos nos anos que podíamos ter pela frente. Não imaginamos nada mais que o próximo dia. Nada nos fazia mais felizes que subir as escadas para tocar, dia após dia. Hoje é igual. Nada nos faz mais felizes que subir as escadas antes de cada palco... E hoje, 20 anos depois, anunciamos o nosso maior destino, a celebração."

PAVILHÃO MULTIUSOS DE GUIMARÃES - GUIMARÃES
WWW.TEMPOLIVRE.PT

MEO ARENA - LISBOA
WWW.ARENA.MEO.PT

MÁRIO DANIEL – FORA DO BARALHO

ESPETÁCULO DE ILUSIONISMO •
26 DE DEZEMBRO A 3 DE JANEIRO

Mario Daniel apresenta de 26 de dezembro a 3 de janeiro, no Auditório dos Oceanos do Casino Lisboa, o seu original espetaculo de magia para toda a família.
O apresentador e ilusionista do programa de televisão "Minutos Magicos" da SIC concebeu um espetáculo onde a arte da ilusão se funde com o teatro, com um enredo divertido que invoca os valores da amizade, cooperação e família. Os "truques" surgem de forma natural no decorrer da narrativa e transformam-se em verdadeira magia. Uma nova proposta de espectáculo a não perder.

CASINO LISBOA · LISBOA
WWW.CASINO-LISBOA.PT

© Xutos & Pontapés © The Gift © Mário Daniel Produções

2 0 1 6

36TH OPORTO INTERNATIONAL FILM FESTIVAL

FANTASPORTO

TEATRO MUNICIPAL RIVOLI

FEBRUARY 26TH TIL MARCH 5TH

MAMMA MIA!

MUSICAL • 12 A 24 DE JANEIRO

"Mamma Mia!" estreou em 1999 no West End e em 2001 na Broadway. É um dos cinco musicais a ter estado em simultâneo em Londres e Nova Iorque por mais de dez anos. Verdadeiro sucesso, já foi visto por mais de 54 milhões de pessoas, em mais de 37 produções e 14 línguas. Criado por Catherine Johnson, encenado por Phyllida Lloyd e coreografado por Anthony Van Laast, tem letra e música assinadas pelos ex-ABBA, Benny Andersson e Bjorn Ulvaeus.

CAMPO PEQUENO – LISBOA
WWW.CAMPOPEQUENO.COM

RITA REDSHOES – MÚSICA P'RA TI

MINICONCERTO/MÚSICA • 6 DE FEVEREIRO

Um espaço, um artista, um instrumento e uma cadeira. É esta a receita para os miniconcertos informais que decorrem na Sala Sophia de Mello Breyner do Centro Cultural de Belém, dirigidos a famílias.
Uma vez por mês um artista musical é convidado a tocar durante 20 minutos e, no final, a responder às perguntas do publico curioso. A cantora e compositora Rita Redshoes fará, desta vez, as delícias dos presentes. Aqui, a musica é um "momento" intimista que aposta na proximidade com a *performance* e em que o conhecimento e a experiência dos artistas são oferecidos a crianças e a adultos.

CENTRO CULTURAL DE BELÉM – LISBOA
WWW.CCB.PT

FANTASPORTO
2 0 1 6
36TH OPORTO INTERNATIONAL FILM FESTIVAL
RIVOLI TEATRO MUNICIPAL
FEBRUARY 26TH TIL MARCH 5TH

FANTASPORTO 2016

FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINEMA • 26 DE FEVEREIRO A 5 DE MARÇO

O Fantasporto define-se como um festival de cinema com personalidade, classificado na revista Variety como um dos 25 principais festivais do mundo.
Nesta 36.ª edição esperam-se dez dias de festa para o mundo do cinema, onde produtores, realizadores, atores, atrizes, distribuidores e (muito) público se fundem num programa multifacetado, com uma tónica de género, o fantástico.

TEATRO MUNICIPAL RIVOLI – PORTO
WWW.FANTASPORTO.COM

ANTÓNIO ZAMBUJO & MIGUEL ARAÚJO

CONCERTO/MÚSICA • 26 A 28 DE FEVEREIRO

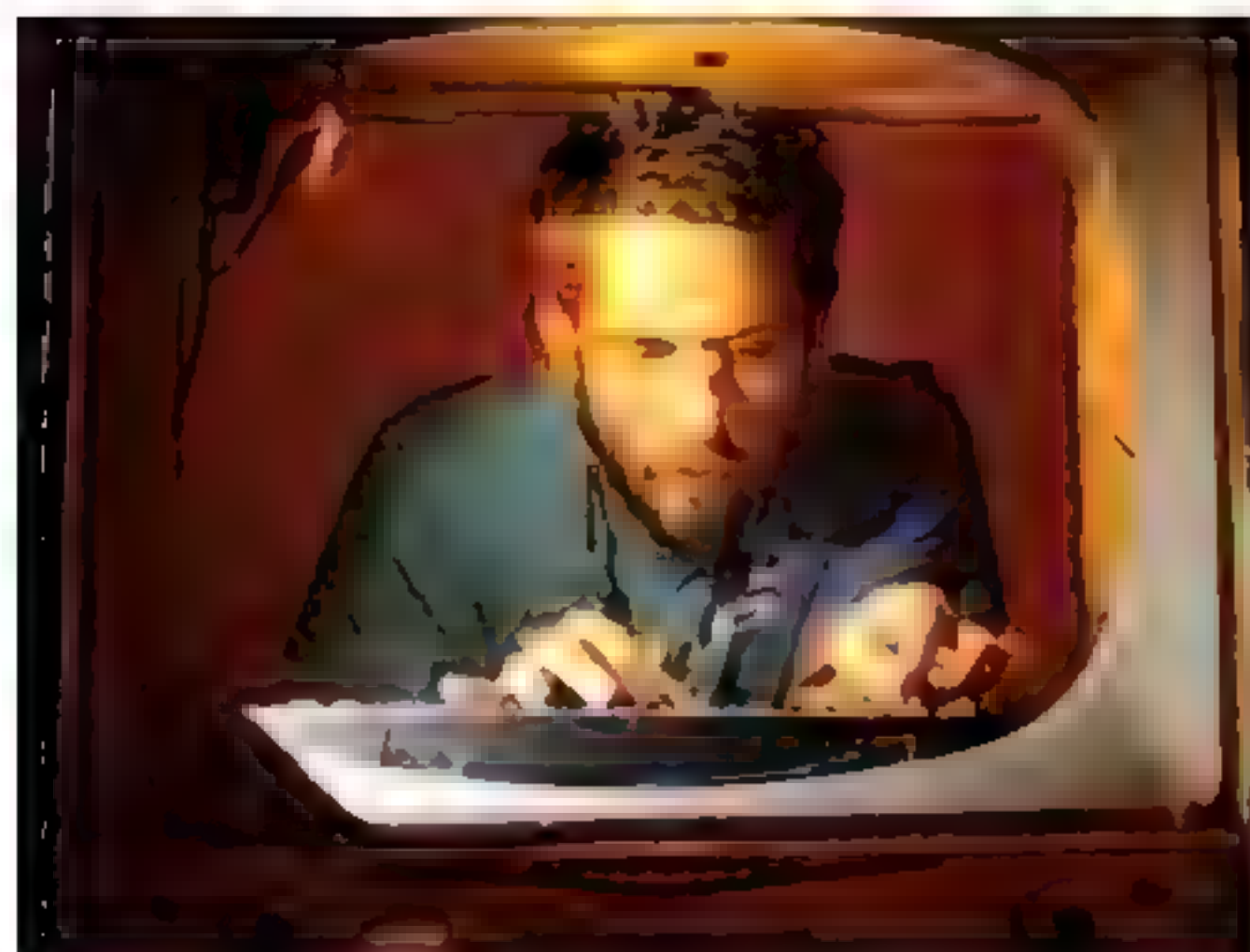
Miguel Araújo e Antonio Zambujo já esgotaram coliseus em nome proprio e é bem conhecida a cumplicidade entre os dois, dentro e fora do palco, e com todas as colaborações que têm feito ao longo das suas carreiras.
O Coliseu do Porto recebe, em fevereiro, um concerto único em que, apenas com voz e guitarra, os dois artistas vão partilhar com o público canções do seu trabalho, algumas das quais compostas e escritas em conjunto, intercaladas com momentos de conversa. Uma noite que promete ficar na memoria de todos os que a ela assistirem.

COLISEU DO PORTO – PORTO
WWW.COLISEU.PT

MONSTRA

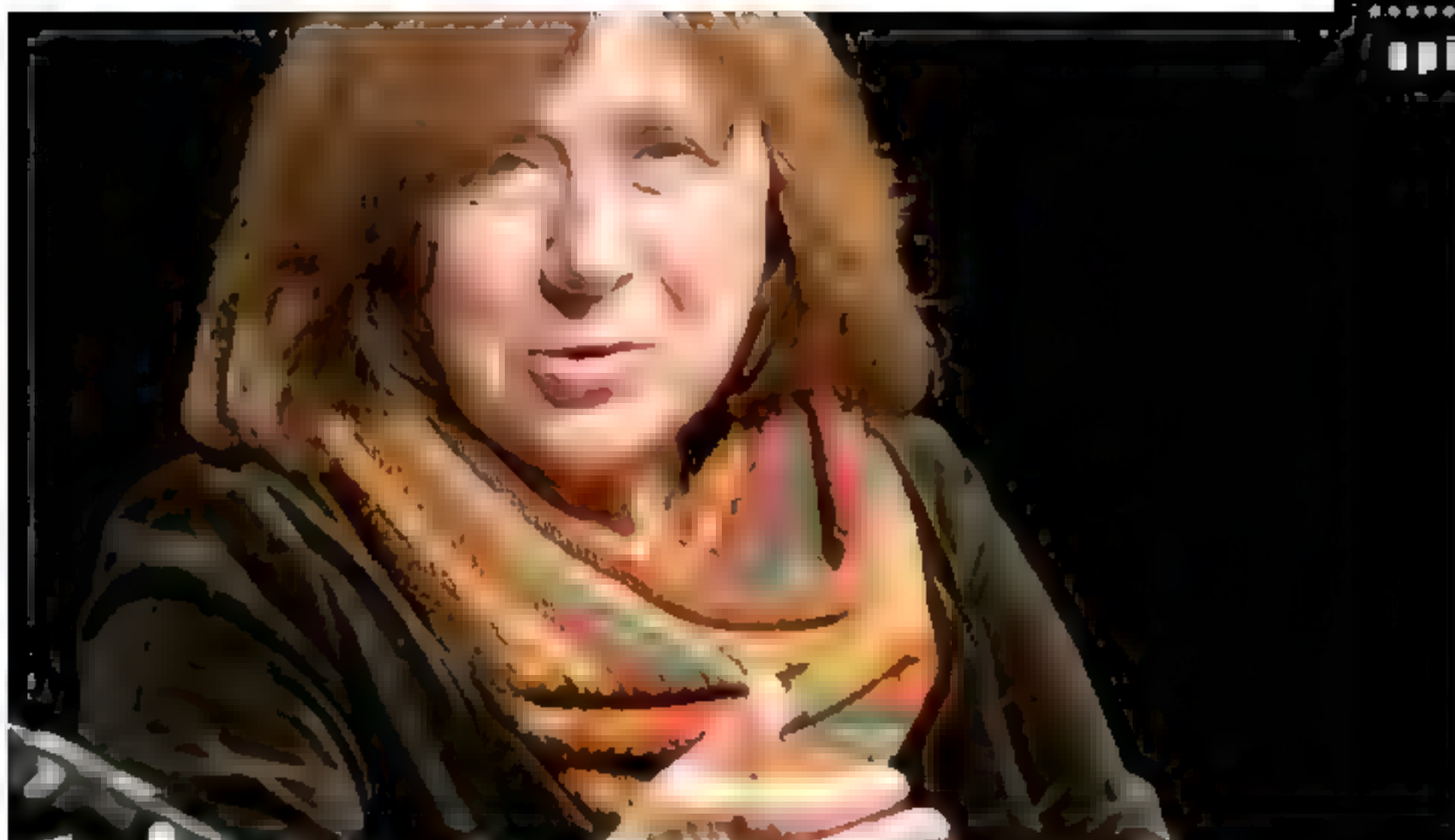
FESTIVAL DE CINEMA DE ANIMAÇÃO • 3 A 13 DE MARÇO

O Festival de Animação de Lisboa - MONSTRA nasceu no ano 2000 com o objectivo de celebrar a transversalidade artistica, fazer encontrar pessoas de diferentes artes, transmitir novos olhares artisticos, usando como base uma das linguagem mais pluridisciplinares: o cinema de animação. Fa-lo atraves de oficinas, *workshops*, encontros e sessões de cinema, participadas por milhares de crianças, jovens e adultos.

VARIOS ESPAÇOS – LISBOA
WWW.MONSTRAFESTIVAL.COM

NOISERV

CONCERTO/MÚSICA • 13 E 14 DE MARÇO

Criado em 2005 pelo músico David Santos, Noiserv tem-se afirmado como um dos mais criativos e estimulantes projetos musicais surgidos em Portugal na última década, criando canções capazes de atingir cada individuo na sua intimidade, relembrando-lhe vivências, momentos e memórias intrincadas entre a realidade e o sonho.
Na sua ultima gravação, o CD "Almost Visible Orchestra", galardoado como melhor disco de 2013 pela SPA, Noiserv deixa o preto e branco e apresenta-nos o seu mundo a cores. Um disco mais denso e complexo do que os anteriores, mas nunca perdendo a identidade que mostrará neste concerto.

CENTRO CULTURAL DE BELÉM – LISBOA
WWW.CCB.PT

O NOBEL DE SVETLANA ALEKSIEVITCH

A brilhante e inovadora escrita sobre a temática da União Soviética e da identidade russa valeram a Svetlana Aleksievitch o prémio Nobel da Literatura 2015.

POR LUÍS SANTOS

Ao projetar o holofote Nobel em Svetlana Aleksievitch, o público desatento é chamado a descobrir e explorar uma das maiores obras da literatura mundial dos últimos 30 anos.

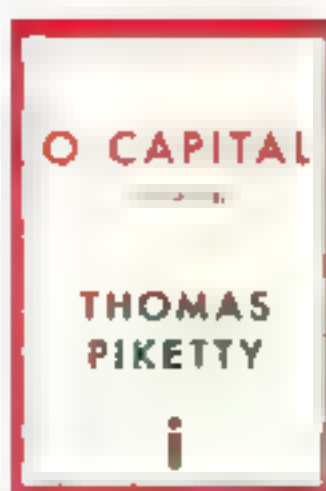
"O Fim do Homem Soviético" é a última peça, de um *puzzle* de cinco, que desvenda o *Homo sovieticus* em todas as suas facetas pré- e pós-perestroika. E Svetlana, uma bielorussa nascida na Ucrânia em há 67 anos, fá-lo de um modo brilhante no conteúdo e inovador na forma.

Quem visita antigas repúblicas soviéticas, seja no Vilnius báltico, na Astana siberica ou na decadente Vladivostok, sente um denominador comum para além do vento que venta um frio inconfundível. Como a autora realça, a mimética dos últimos 70 anos pegou em 52 combinações de etnias e religiões, partiu e voltou a dar as cartas em quatro naipes de gerações. Tanto os cazaques, que são muçulmanos de olhos em bico, como os bielorussos cuja metade são ateus, até aos russos eslavos ortodoxos cristãos, todos são melhor categorizados segundo o líder da sua juventude: estalinista, khruschovista, brejnevista e gorbatchovista. E todos têm uma coluna vertebral comum: uma pátria "que mudou e odeia-se por isso".

Este não é um livro de história do comunismo, nem sequer um livro de história. É um livro de emoções. E emoções que só o *Homo sovieticus* sentiu. E apesar de que "apenas o homem soviético pode entender o homem soviético", Svetlana busca nos ajudar a entender essa espécie humana. Para fazê-lo, ela cria um estilo inovador. Não é poesia nem prosa, nem sequer é jornalismo. É um espécie de crónica de canal História em que são as personagens do enredo que falam em primeira voz. E falam de como sentiram e sentem e não do que viram ou veem.

O quinteto de Svetlana é absolutamente imperdível e ela mais do que merece esta honrosa distinção. Em 2016 teremos António Lobo Antunes.

OTTO H. FRANK MIRJAM PRESSLER
O Diário de Anne Frank

Sete décadas depois de Anne escrever a última palavra no seu diário, é finalmente publicada uma versão integral. Menos filtro no desabrochar sexual e mais contraste entre os conflitos com a mãe e a admiração apaixonada pelo pai são as maiores novidades. Mas quem lê a entrada de 20.06.1942 tem de questionar a capacidade de alguém de 13 anos escrever um ensaio ontológico de tal envergadura.

THOMAS PIKETTY
O Capital no Século XXI

O romance económico de Piketty já foi escrito há dois anos, mas continua a merecer o maior fluxo de recensão crítica que há memória na vida da história económica. Porque "r", retorno do património é maior do que "g", crescimento da produção, então estamos numa sociedade de herdeiros que perpetua e acentua desigualdades? O debate que gerou merece por si uma adenda às próximas edições.

ANTÓNIO TAVARES
O Coro dos Defuntos

António Tavares acaba de merecer o nosso maior prémio – o LeYa – com um evangelho da morte do regime da ditadura segundo o meio rural na Cova da Beira. Num tom por vezes fantástico, relata os seis anos que precedem à revolução, e relata o "lá fora" do mundo num estilo narrado por terceiras pessoas, como os emigrantes da Suíça e EUA relatavam ao menino de 11 anos que era António em 1974.

Fotos Heike Wettig © Record © Intrínseca © LeYa

UM SEGREDO BEM GUARDADO

Os TV Rural não são (ainda) a mais famosa das bandas portuguesas, mas a qualidade dos seus sons não deixa ninguém indiferente.

POR JOÃO NUNO SILVA

Todos os apaixonados por música já devem ter sentido, alguma vez, uma certa estranheza ao constatar que uma banda que admiram não consegue atravessar a barreira do semianonimato.

É claro que um bom *hipster* prefere ser o único a gostar da banda e, quando já mais de 30 pessoas gostam, abandona-a porque já é 'comercial' demais. Bem sei que o gosto particular que tenho pela boa música portuguesa faz de mim uma espécie de *hipster* (pois ainda somos poucos a gostar das sonoridades feitas por portugueses), mas não é por isso que deixo de ter vontade de ver muitos do segredos musicais mais bem guardados passarem a ser do conhecimento de todos.

Uma das bandas que, por mim e se calhar por muitos outros, já devia ter atingido esse reconhecimento por parte do grande público, mas, por razões que desconheço em absoluto, ainda não chegou lá, chama-se TV Rural.

Eles são uma esplendida banda no verdadeiro sentido do termo pois os elementos são, acima de tudo, bons amigos. Essa cumplicidade, que é óbvia à vista desarmada, faz deles uma das melhores bandas que já vi ao vivo. Tudo ali é bem tocado. As letras são interessantes e obrigam-nos a estar atentos ao seu jogo de palavras de forma a melhor entrar no seu universo. Isto para não falar, em particular, do David Jacinto (vocalista) que as interpreta de uma forma absolutamente brilhante. Ele é um verdadeiro 'animal de palco' que surpreende e cativa a cada momento da *performance* ao vivo.

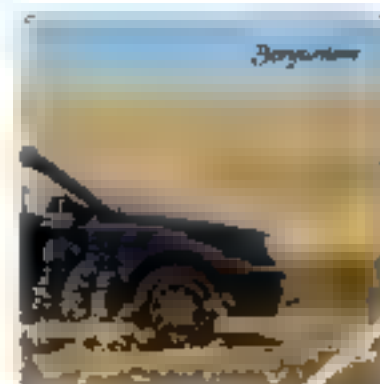
No seu *curriculum* já têm três excelentes álbuns: "Sujo", a verdadeira bomba de 2015, "Balada do Coiote" de 2012, "Filomena Grital" de 2007 e ainda "Barba", um belíssimo EP de 2014. Neles há *pop*, *rock*, *folk* e tudo aquilo que agrada a qualquer melómano que se preze.

Agora vão lá vê-los e ouvi-los e digam-me se tenho ou não razão.

MOONSHINERS
Good News For Girls Who Have No Sex Appeal

Ainda melhor que o nome deste EP é a música que contém, assim fica muito fácil passar a ser fã de *blues rock*.
Digna herdeira de mestres como Robert Johnson, esta banda aveirense, composta por Gamblin' Sam, Sus e Filipe e Victor Hugo, brinda-nos com cerca de 22 minutos muito bem esgalhados.
O disco foi gravado e misturado por João Veludo e conta ainda com participações de Paulo Furtado, Alexandre Mano e Miguel Leitão. Estamos perante um excelente disco.

VAARWELL
Love and Forgiveness

Têm um nome estranho para uma banda portuguesa, mas criam melodias que nos transportam para outras paragens, bem longe da monotonia.
Este trio é composto por Margarida Falcão na voz e guitarra, Ricardo Nagy na guitarra e Luís Monteiro no baixo. Neste EP de estreia todos os sons encaixam na perfeição com a linda voz da Margarida para criar uma musica de sonho. Se a começar a carreira já fazem musica assim, só posso imaginar as maravilhas que estão para vir. Não se acanhem e descubram o universo de Vaarwell o quanto antes!

BENJAMIM
Auto Rádio

Luís Nunes já nos cantava belas histórias enquanto Walter Benjamin. Agora, como Benjamim, mantém a beleza das histórias que canta, chegando a mais gente, pois passou a usar a língua materna.
Por aqui encontramos vários gêneros musicais como quando mudamos de estação de rádio, mas sempre a encontrar música boa. De destacar particularmente os temas 'Os Teus Passos', que pôs todo o Alvito a dançar, 'O Sangue' enquanto bela homenagem a Zeca Afonso e 'Exílio', dedicado a Lisboa.
Um belíssimo disco que merece ser ouvido.

SPECTRE

O agente mais destemido e sexy da história do cinema está de regresso. Vestido por Tom Ford, ao volante de um Aston Martin, com um OMEGA Seamaster 300 no pulso e um Belvedere Martini no copo.

POR SOFIA SANTOS

É o quarto filme de Daniel Craig como James Bond, o segundo realizado por Sam Mendes e o vigésimo quarto da saga cinematográfica do agente 007.
Escrito por John Logan, Neal Purvis, Robert Wade e Jez Butterworth. Tem no elenco Christoph Waltz, Léa Seydoux, Monica Bellucci, Ralph Fiennes, Dave Bautista, Naomie Harris, Ben Whishaw, Rory Kinnear e Andrew Scott.
Uma mensagem enigmática do passado leva James Bond a uma missão secreta na Cidade do México e, eventualmente, a Roma, onde conhece *Lucia Sciarra* (Monica Belluci), a bela e interdita viúva de um infame criminoso. Bond infiltra-se numa reunião secreta e descobre a existência da sinistra organização conhecida como SPECTRE. Enquanto isso, em Londres, *Max Denbigh* (Andrew Scott), o líder do "Centro para a Inteligência", questiona as ações de Bond e confronta a relevância do MI6, liderado por *M* (Ralph Fiennes). Bond secretamente recruta *Moneypenny* (Naomie Harris) e *Q* (Ben Whishaw) para ajudá-lo a contactar *Madeleine Swann* (Léa Seydoux), a filha de seu antigo inimigo *Mr White* (Jesper Christensen), que pode ter uma pista para desembaraçar o mistério em torno de SPECTRE.
Durante a investigação a SPECTRE, James Bond desvenda uma arrepiante ligação entre ele e o inimigo que procura, *Franz Oberhauser*, interpretado por Christoph Waltz.
As gravações de SPECTRE começaram a 8 de janeiro de 2015 nos Pinewood Studios e decorreram em vários locais como Londres, Cidade do México, Roma, Tânger e Arfoud em Marrocos, Sölden, Obertilliach e Altaussee na Áustria. Correm boatos que será o filme com maior duração da saga. Sam Smith será o intérprete do tema musical principal e todos os *teasers*, *trailers* e cartazes publicitários apontam para a garantia da existência de mulheres bonitas, vilões inesquecíveis, *gadgets* míticos, carros de luxo e o charme incomparável do agente britânico. O filme estreia em Portugal a 5 de novembro.

Em SPECTRE, *James Bond* (Daniel Craig) trará consigo muita ação, bom gosto e, claro, as mulheres mais bonitas

Segunda temporada THE AFFAIR

Provocadora e intensa. A série que pode abalar matrimónios está de volta.

POR SOFIA SANTOS

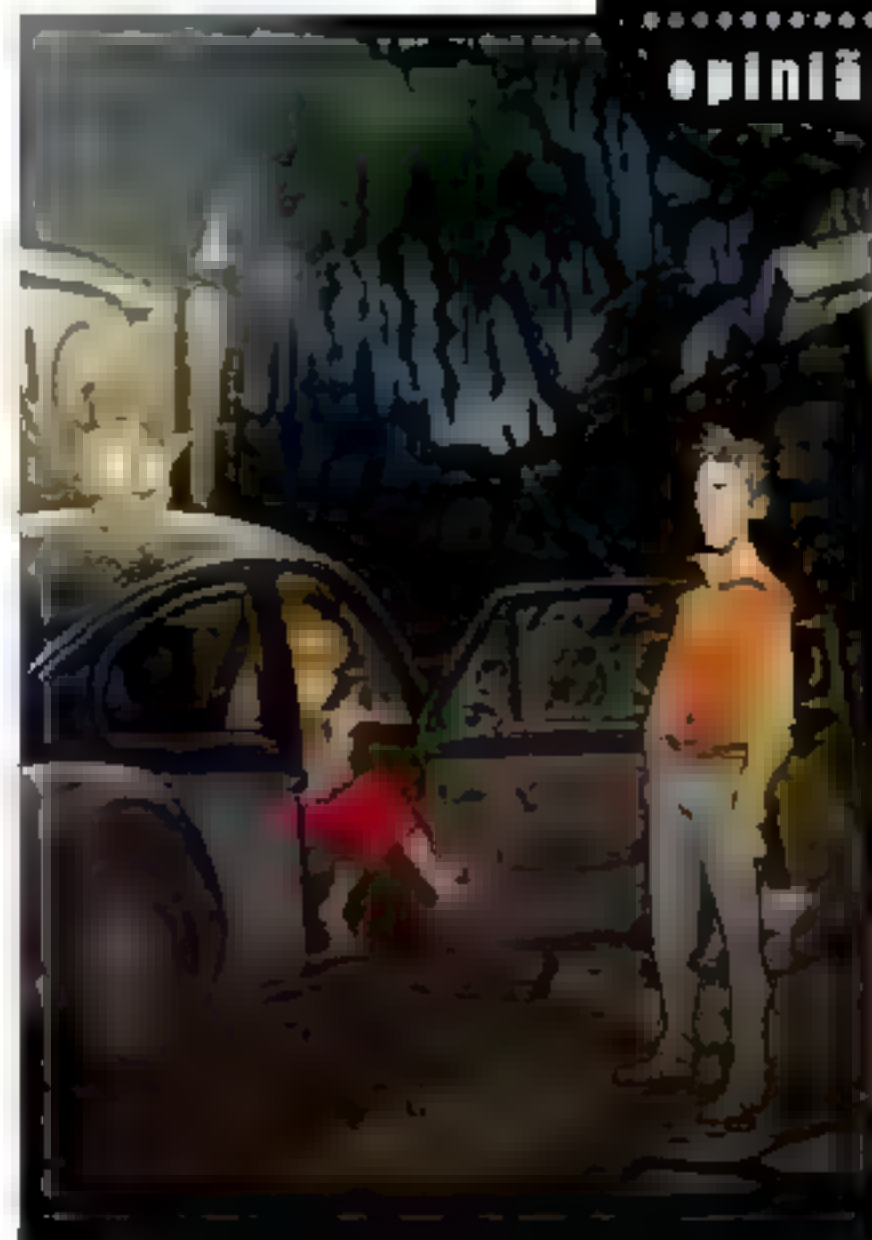
Criada por Hagai Levi e Sarah Treem, produzida por Mark Mylod "The Affair" é uma série do canal Showtime que na sua primeira temporada explorou a vida de duas famílias que, por um acaso do destino, se cruzaram de forma irreversível. *Noah* (Dominic West) é um professor e escritor de Nova Iorque que vai passar as férias de verão com a mulher e os filhos em Long Island. A aborrecida vida de Noah ganha um novo fôlego quando conhece *Alison* (Ruth Wilson) - uma empregada de mesa, com uma vida igualmente deprimente. Durante dez episódios a história é contada a partir de duas perspectivas – a dele e a dela - particularidade que torna série diferente e atraente. Nos dois distintos pontos de vista revisitamos memórias. Reminiscências que de um momento para o outro passam de confiáveis e precisas, a confusas e distorcidas. O espectador tem que prestar muita atenção a tudo, a todos e a qualquer detalhes. Ao estarmos atentos, as subtilezas, particularidades ou contextos vão sendo construídos e novas interpretações possíveis são oferecidas. "The Affair" explora íntima e intensamente dois casamentos, duas famílias e a peculiar relação de Noah e de Ruth com todas as complexas consequências. Para a segunda temporada os criadores da série prometem que "o provocador drama vai ser contado sob o ponto de vista de quatro perspectivas diferentes com verdades bastante distintas umas das outras".

DOG MENDONÇA & PIZZABOY

A BD que virou videojogo e promete surpreender.

POR FILIPE MAGALHÃES

E se eu vos dissesse que as histórias de monstros que ouviram em criança eram todas verdade... e que estes vivem todos em Lisboa? É esta a premissa de "As Interactivas Aventuras de Dog Mendonça e Pizzaboy", que vem expandir o mundo da banda desenhada portuguesa do mesmo nome, aclamada pela crítica nacional e internacional, do autor Filipe Melo e com arte de Juan Cavia e Santiago Villa. Depois de uma campanha de angariação de fundos bem sucedida no Kickstarter esta equipa traz agora o seu talento para o mundo dos videojogos numa aventura gráfica *point and click* ao bom estilo de clássicos como "Monkey Island" ou "Broken Sword".

Com data de lançamento para muito em breve, já falta pouco para poderemos fazer parte da bizarra equipa desta saga composta por um lobisomem detective do oculto com mau feitio, um ex-distribuidor de pizas, um demónio com mais de seis mil anos preso no corpo de uma rapariga e uma cabeça de gárgula. A aventura espera-se épica, repleta de humor, ação, fantasia e referências à cultura *pop*. E pelo 'cheirinho' que nos é dado na *demo* disponível no Steam, o jogo promete tornar-se num clássico do género. No mínimo, e nas palavras de Dog Mendonça, podem contar com "satisfação garantida"!

lorenz bell®
connecting the future
www.lorenzbell.com

WASTED RITA: A ESCOLHA DE BANKSY

A única artista portuguesa convidada por Banksy para figurar no seu anti-parque de diversões usa o sarcasmo das palavras enquanto arma de arremesso.

POR JOANA CLARA

RITA GOMES, *AKA* **WASTED RITA**, USA A PALAVRA E A ILUSTRAÇÃO PARA MATERIALIZAR SEM INIBIÇÕES OS SEUS PENSAMENTOS MAIS PROFUNDOS

Foto João Mascarenhas

"O meu trabalho é sarcástico, mas vem de um sítio honesto, pode doer, mas pode ser uma dor positiva que te liberta de algo e que te faz crescer". É desta forma que Wasted Rita, pseudónimo da artista portuense Rita Gomes, se apresenta aos apreciadores do seu trabalho. Traz dentro de si um espírito provocador e revolucionário. Ilustradora e *designer* gráfica, esta criativa de 27 anos tem explosões catárticas e contestatárias, projetando os seus pensamentos mais profundos em cartazes repletos de sarcasmo. Fez dos seus sonhos mais do que meras telas em branco. Em pequena, desenhava aquilo que o coração teimava em guardar só para si, sendo a pintura a sua forma de se isolar do mundo. Desejou ser veterinária, mas a necessidade descompassada de criar arte e de navegar ao sabor da mudança fez com que o seu rumo passasse pela Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, onde tirou um curso de Design de Comunicação. Em 2011, criou o famoso blogue "Bored Rita" e começou a expor em Lisboa, Paris, Londres e Berlim; colaborou também com *sites* de *design* gráfico e arte, revistas e livros.

Gosta de estar sozinha, de observar o que a rodeia e de repensar os momentos do seu quotidiano. "No final do dia vou para o meu lugar secreto e escrevo coisas sobre o mundo, as minhas teorias, de uma forma sarcástica mas sincera". Esta chama que arde dentro de si despertou a curiosidade de Banksy que, em junho passado, a convidou para integrar o lote de 47 nomes de artistas internacionais que figuram no parque de diversões "Dismaland". Criado pelo conceituado artista britânico, consiste numa sátira à Disneylândia. Aqui, neste verdadeiro festival de arte, haverá espaço para concertos, galerias, cinema e circo até ao próximo dia 27 de fevereiro. E algumas das intervenções de Wasted Rita estarão por lá, sem espaço para vazios, mas a bombear o nosso corpo de espasmos eletrizantes.

Foto: Jason Hagan

CLAQUES: para que vos queremos?

As claques e os adeptos que as compõem dão vida e cor ao futebol, mas não são raras as ocasiões em que o cenário se transfigura para a violência. Poderia a regulamentação destes grupos ser a solução do problema?

POR FRANCISCO VAZ DE MIRANDA

Abordar o mundo das claques e tudo o que o envolve é, essencialmente em Portugal, tema sensível e pouco explorado, mas não por isso merecedor de menos atenção e relevância. O espetáculo que este tipo de organizações traz ao futebol é algo já muito enraizado, com dezenas de anos de existência e sem o qual o futebol nem sequer faz sentido. Aliás, falar de adeptos – no geral – é falar da essência do desporto-rei. E é por isso que as claques e tudo o que orbita em seu redor deve ser cuidado e mantido, para que aquele je ne sais quoi que o futebol tem não se perca. No entanto, a posição e a importância que as claques assumem devem ser pensados para bem dos clubes e do desporto e não como possível catalisador de violência ou distúrbios vários. Não sou contra claques. Nunca fui nem nunca o serei. Bem pelo contrário. Muito menos alinho na ridícula teoria de que as claques são um meio obscuro e que serve de fachada para outro tipo de atividades mais ou menos lícitas. Seja qual for o clube envolvido, é admirável o esforço que milhares de pessoas fazem em torno de um objectivo comum. São milhares de quilómetros por ano, noites mal ou nada dormidas e muitos esforços mais que devem ser sempre valorizados. Principalmente em Portugal, as claques desempenham um papel crucial naquilo que é o ambiente no estádio. Tochas, cânticos, bandeiras, milhares de pessoas a uma só voz: o conceito ideal de claque. E quão bom era se fosse sempre assim. Não é, infelizmente. Todos temos perfeita noção dos gravíssimos confrontos entre grupos organizados afetos a inúmeros clubes espalhados pelo mundo. O ódio entre River Plate e Boca Juniors, Ajax e Feyenoord ou entre o Partizan de Belgrado e o Estrela Vermelha não tem limites e rapidamente ultrapassa a barreira do razoável. Quando o espetáculo do futebol e das claques leva vidas e destrói famílias, então tudo o que de bom podia haver fica vazio de sentido.

Importaria – e muito – parar para pensar e reflectir naquilo que tem sido a atuação das claques em Portugal nos últimos tempos. Nos últimos meses, a opinião pública acordou um pouco e trouxe o assunto à baila mas tudo rapidamente esmorece. Seja pelos incidentes no Marquês de Pombal e Guimarães em maio ou pelos processos disciplinares que a UEFA – mais alta estrutura do futebol na Europa – instaurou quando a braços com distúrbios e incidentes causados por pirotecnia. É aqui que deve ser estabelecido o limite ao poder de actuação dos grupos organizados, quando se servem de um clube para actos menos honrosos e que mancham o bom nome quer da claque, quer do clube.

A questão da legalização

Perante a lei, parece difícil poder dizer que a legalização das claques é algo que seja do agrado de todas as partes envolvidas. Logo pelo facto de que a legalização de uma claque implica que todos os seus membros tenham os seus dados pessoais registados nas autoridades que tutelam o futebol em Portugal. A não legalização faz com que o grupo, na prática, não exista e, por isso, se torne muito difícil de sancionar aquando da violência ou distúrbios. No entanto, se a ilegalidade da claque tem o aval dos responsáveis dos clubes – além dos apoios com logística, bilhetes, etc. –, pouco ou nada poderá evitar que este problema se arraste. As situações desonrosas e desrespeitadoras para com o clube acumulam-se e o problema urge em ser resolvido.

Se em Portugal não surpreende esta "dormida na formatura" em relação a este assunto, não se pode dizer que lá fora o problema seja igual. Na vizinha Espanha, quaisquer desacatos entre clubes rivais são de pronto resolvidos e tomam-se medidas drásticas. Em Inglaterra, o fenómeno do hooliganismo resultou em inúmeras mortes e viu-se cerceado pela actuação das autoridades britânicas. Os confrontos físicos entre polícia e adeptos ficaram para trás (medidas de repressão tomadas por Margaret Thatcher) e, desde o pesadelo de Hillsborough em 1989, há pessoas destacadas para o acompanhamento e escrutínio dos apoiantes mais radicais dos clubes ingleses. Ao mínimo distúrbio causado, a interdição dos responsáveis à permanência em estádios de futebol está a uma pequena distância.

Não estou certo de que em Portugal seja, para já, necessário tomar uma posição tão drástica. Certo é que o problema não se resolverá sozinho e é por demais evidente a necessidade de regulamentação do poder instituído aos grupos organizados. Legais ou não legais.

Foto Aaron DeNu

LISTA DAS COMPRAS

Do exclusivíssimo carro de James Bond à tecnologia futurista dos filmes da saga "Regresso ao Futuro", trazemos-lhe uma singular lista de prendas que qualquer homem gostaria de receber.

POR GONÇALO PINTO JORGE

ASTON MARTIN DB10

O DB10 é o Aston Martin mais exclusivo de sempre e foi produzido somente para o novo filme "007 Spectre". Da série limitada de dez viaturas, construídas especificamente para a 24.ª película de James Bond e entregues à produção, Daniel Craig destruiu nada menos que sete. O valor dos carros destruídos ronda os 37 milhões de euros. A boa notícia é que sobreviveram três e quem sabe possam entrar no mercado num futuro próximo. Ficaremos à espera.

WWW.ASTONMARTIN.COM

PORSCHE CAYMAN BLACK EDITION

Depois do Boxster e do 911 Carrera (com tração traseira e tração integral nas variantes *Coupé* e *Cabriolet*), chegou agora a vez do Porsche Cayman se vestir de preto. Esta nova versão exclusive combina a cor negra no exterior com o negro no interior do veículo. Vem equipado com um motor de 2,7 litros com 275 cavalos, que acelera dos zero aos 100 km/h em 5,7 segundos. Já está à venda em Portugal a partir de 66.483 €.

WWW.PORSCHE.COM

McLAREN 650S CAN-AM

O campeonato de velocidade americano Canadian-American Challenge Cup ou Can-Am, levou até aos seus circuitos nomes como Bruce McLaren, Jackie Stewart e Graham Hill. A McLaren esteve presente logo na sua primeira temporada em 1966 e agora quer homenagear o campeonato lançando uma versão especial do Mclaren 650S Spider, evocativa dos cinco títulos consecutivos arrecadados pela marca britânica. Esta versão é limitada a 50 unidades com um preço unitário de 350.000 €.

WWW.CARS.MCLAREN.COM/650S-CAN-AM

KAWASAKI NINJA ZX-10R

A Kawasaki revelou recentemente a nova Ninja ZX-10R, que não mudava desde 2010. Além de alterações no visual e da electrónica refinada, o motor foi renovado e agora atinge 200 cavalos a 13.000 rpm - elevados a 210 com a indução de ar. As modificações foram influenciadas pela experiência da Kawasaki nas pistas do Campeonato Mundial de Superbike, principalmente no que se refere à eletrónica.

WWW.KAWASAKI.PT

SLIDE

A Lexus, que pertence à marca japonesa Toyota, recentemente divulgou ter desenvolvido um *hoverboard* ao qual chamou de SLIDE. Trata-se de uma espécie de *skateboard* flutuante muito semelhante ao usado pela personagem Marty McFly no filme "Regresso ao Futuro II". De acordo com a Lexus, o *hoverboard* funciona através de supercondutores e ímanes, que se combinam para repelir a força da gravidade e "levitar" o *skate* e o *skater*. A levitação do SLIDE implica um pavimento magnético especial e muito nitrogénio líquido, o que inviabiliza, infelizmente, a eventual comercialização do mesmo. Seja como for, quem sabe, num futuro não muito distante, talvez os *hoverboards* sejam uma realidade.

WWW.LEXUS-INT.COM/AMAZINGINMOTION/SLIDE

PEPSI PERFECT

A Pepsi anunciou que irá produzir e comercializar 6.500 garrafas de Pepsi Perfect, o refrigerante ficcional imaginado para o filme de Robert Zemeckis "Regresso ao Futuro II". As garrafas colecionáveis serão vendidas *online* e o PVP de cada unidade será de 20.15 US$.

WWW.PEPSI.COM

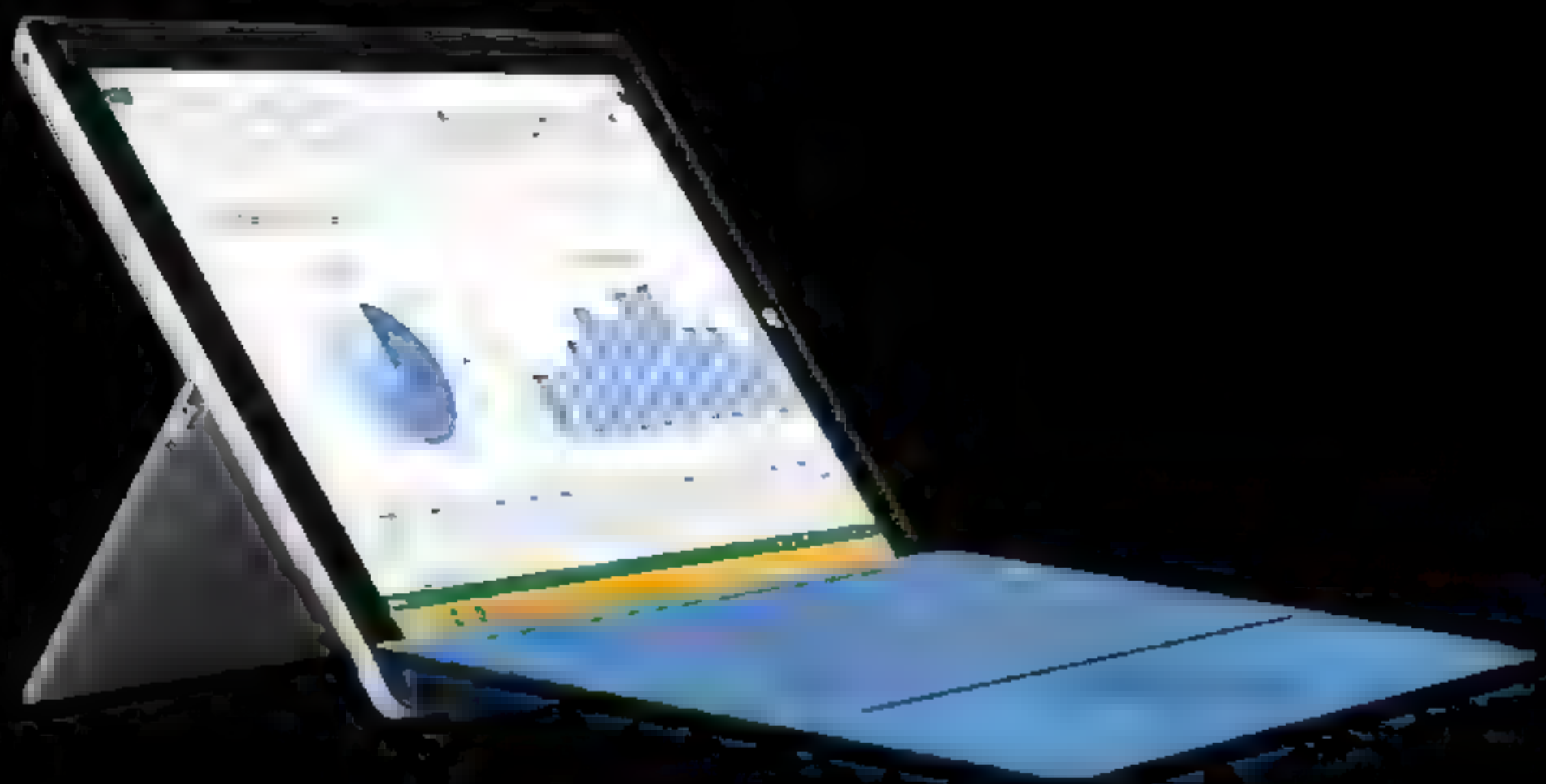
NIKE AIR MAGS

O calçado icónico da Nike que Marty McFly usou no filme "Regresso ao Futuro II" vai estar à venda, muito provavelmente, ainda em 2015. Os ténis, desenhados por Tinker Hatfield em 1989, têm a particularidade de se apertarem sozinhos, com atacadores chamados Power Laces.

WWW.NIKE.COM

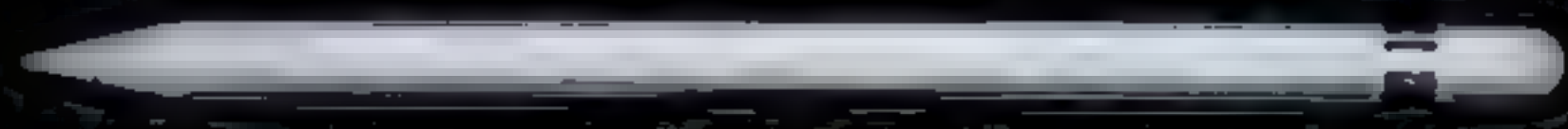
ROMAIN JEROME SPACECRAFT: BATMAN

A marca de relojoaria suíssa Romain Jerome, em parceria com a Warner Bros. e a DC Entertainment, lançou o seu Spacecraft Batman inspirado na estética e no poder do homem morcego. Trata-se de um modelo com caixa em titânio com acabamento PVD negro, que faz lembrar o *batmobile*, sobre uma bracelete em pele de búfalo negra. Esta é uma edição limitada a 75 relógios, com um PVP a rondar os 29.950 €.

WWW.ROMAINJEROME.CH

MICROSOFT SURFACE PRO 4

O novo *tablet* da Microsoft apresenta várias melhorias em relação à anterior versão, nomeadamente um ecrã de 12,3 polegadas e o facto de ser mais fino, mais leve e com uma *performance* acima da média. A tecnologia PixelGlass do ecrã permite ao dispositivo apresentar cinco milhões de píxeis, com 1024 níveis de pressão para a caneta. O Surface Pro 4 tem o preço base de 1.029 €.
WWW.MICROSOFTSTORE.COM

IPAD PRO

A versão mais recente do *tablet* da Apple é o mais poderoso iPad de sempre. Com ecrã Retina de 12,9 polegadas, este dispositivo recebeu vários *upgrades*, como o processador A9X, câmara de 8 MP, bateria com autonomia de 10 horas e o Apple Pencil. Os preços, que não contemplam o Smart Keyboard e o Apple Pencil, começam nos 700 € (Wi-Fi de 32 GB) e vão até aos 950 € (128 GB com SIM).
WWW.APPLE.COM/IPAD-PRO

APPLE PENCIL

As *stylus* voltaram a estar na moda e a Apple resolveu desenvolver uma para o seu iPad Pro: o Apple Pencil. Trata-se de uma espécie de lápis equipado com uma série de sensores que o tornam numa ferramenta de elevada precisão. Com este dispositivo, torna-se possível desenhar através de diferentes níveis de pressão e o iPad reconhece a inclinação do mesmo para obter resultados mais realistas enquanto se desenha. O preço deverá rondar os 99 $US.
WWW.APPLE.COM/APPLE-PENCIL

VERTU SIGNATURE TOUCH

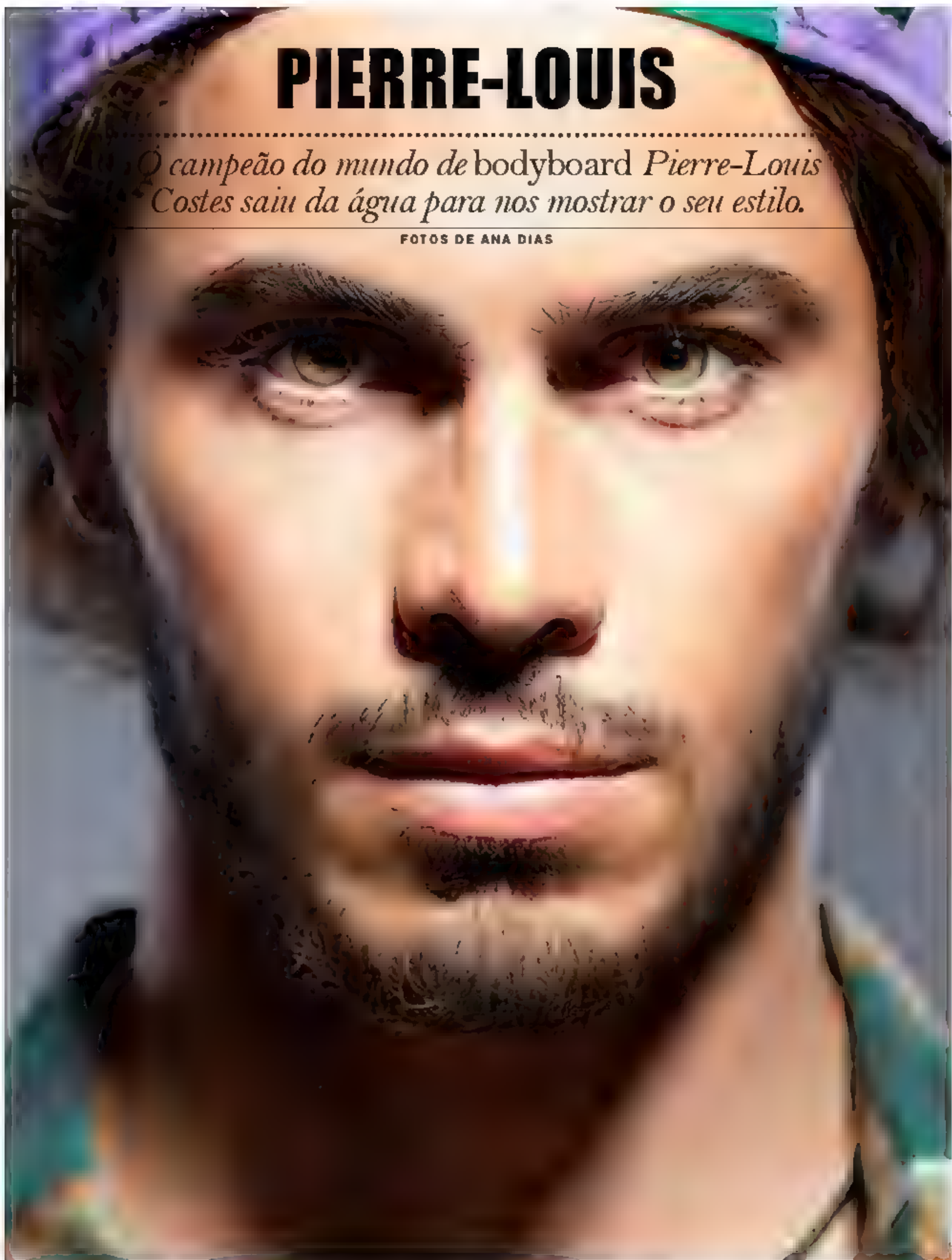
O mais recente *smartphone* da marca de luxo Vertu, antiga divisão da Nokia, apresenta requinte na estética associado a especificações topo de gama. Segundo a marca, o dispositivo tem uma base "artesanal", por ter todos os componentes integrados à mão por uma única pessoa. O preço milionário do *smartphone* varia entre as 7.000 e 17.000 libras, o que equivale a 9.500 e 23.000 €, respetivamente, mas os preços podem subir ainda mais para pedidos mais customizados. A versão mais luxuosa inclui um aro construído em ouro rosa. Em relação à tecnologia, o Signature Touch é um Android Lollipop, com um ecrã de 5,2 polegadas com uma resolução Full HD, processador Snapdragon 810 de oito núcleos, 4 GB de memória RAM e 64 GB de armazenamento interno. O último modelo da Vertu estará disponível em lojas de luxo selecionadas.

WWW.VERTU.COM

© Vertu

PIERRE-LOUIS

O campeão do mundo de bodyboard *Pierre-Louis Costes saiu da água para nos mostrar o seu estilo.*

FOTOS DE ANA DIAS

CARINA LIMA

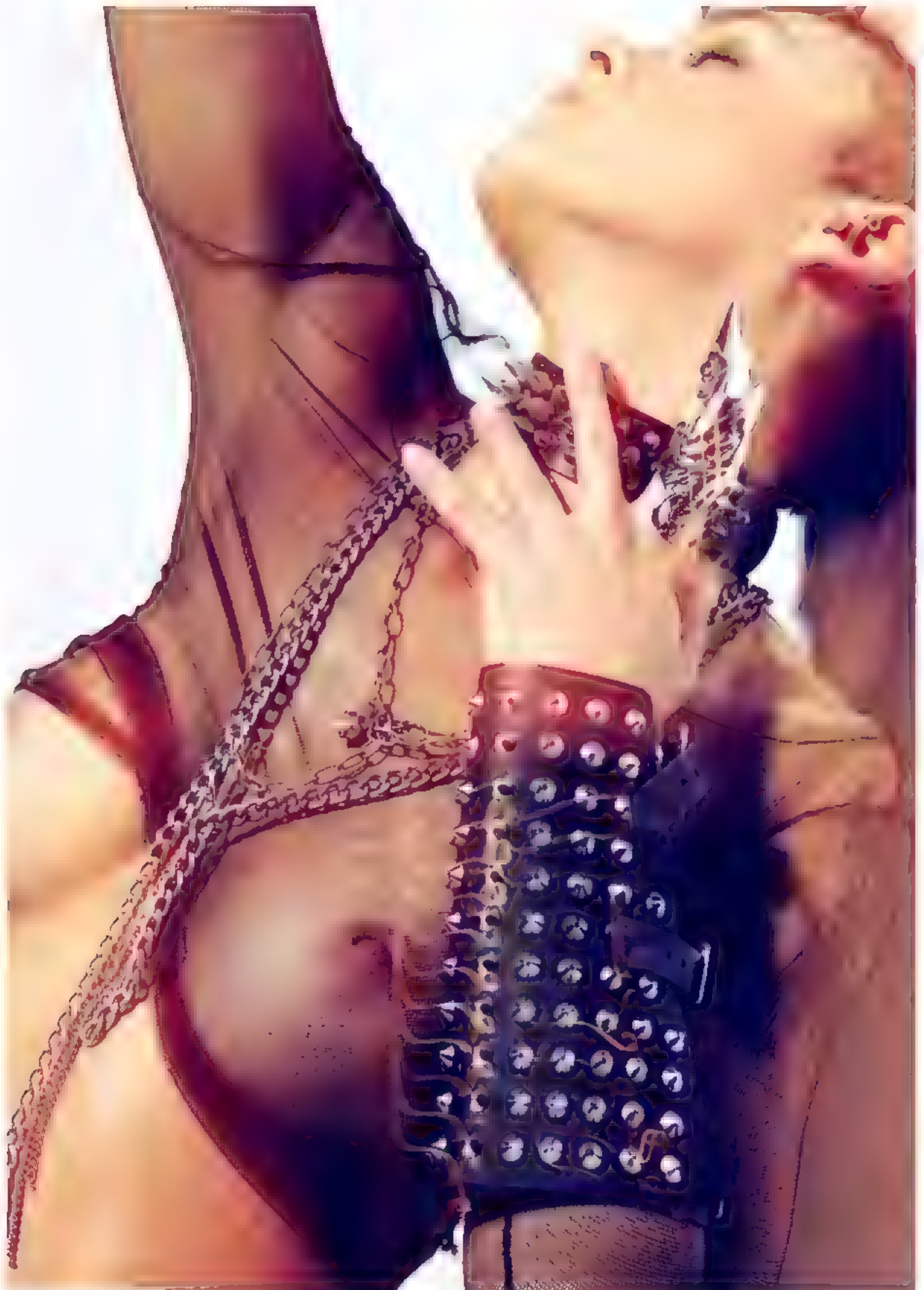
POR ANDRÉ BRITO

Jorge Sequeira, um dos oradores motivacionais mais requisitados do país, já motivou mais de 50.000 pessoas ao longo de 15 anos de carreira.

Foto: Jorge Sequeira - Arquivo Pessoal

Oradores motivacionais INSPIRADORES DE VONTADES

Está cientificamente comprovada a correlação existente entre motivação e performance, *e, se há 20 anos as empresas e demais organizações portuguesas pareciam desprezar a inteligência emocional, hoje mostram saber que as chamadas* soft skills *não são meros acessórios no desempenho de um indivíduo ou profissional. Todos parecem concordar que a produtividade também passa pela criatividade e por esse conceito simultaneamente tão piegas e tão fundamental que é a felicidade. Há, por isso, uma crescente procura de oradores motivacionais que sejam capazes de inspirar uma maior mobilização individual ou coletiva – e entre esses* speakers *incluem-se Jorge Sequeira, Rafael Polónia e Pedro Tochas. Quando eles falam, todos param a ouvir. Quando terminam, já a mudança não se pode parar.*

POR ALEXANDRA COUTO

Uma mensagem mobilizadora e conteúdos de cientificidade comprovada – é da mestria aplicada na combinação desses dois factores que se faz a reputação de um orador motivacional, o tipo de profissional externo a que as empresas vêm recorrendo cada vez mais em momentos-chave da vida das suas equipas, com vista à melhoria de desempenhos. É uma questão de produtividade, de lucro e de felicidade também. Afinal, vários estudos vêm comprovando que a produtividade está correlacionada com a alegria no trabalho e, se essa sugestão pode parecer suspeita vinda de um patrão ou superior hierárquico, já não cria a mesma desconfiança quando pronunciada por um *speaker* autónomo, sobretudo se esse tiver feito carreira a inspirar *upgrades* na performance de pessoas e estruturas.

Um dos oradores motivacionais mais requisitados em Portugal por essa capacidade é o psicólogo Jorge Sequeira, que, além de um Mestrado em Psicologia do Desporto e um Doutoramento em Treino Mental de Competências Psicológicas, dá aulas na Faculdade de Economia da Universidade do Porto, no Instituto de Estudos Superiores Financeiros e Fiscais e ainda na Porto Business School. Foi bolseiro da Fundação para a Ciência e Tecnologia, é comentador televisivo e espera vir a ser também candidato à Presidência da República em 2016. Sim: "Por ver tantas pessoas indignadas, carregadas de desânimo e atribuindo sistematicamente ao Poder Político a causa de todos os seus males, comecei a pensar por que razão ninguém faz nada", explicou em julho, quando se anunciou como concorrente às presidenciais. "Esta candidatura pretende assumir-se como plataforma de cidadania participativa e apartidária (...) e assenta igualmente no princípio de que não está demonstrada qualquer supremacia moral e intelectual por parte de quem tem liderado o destino do nosso país – enquanto a sociedade [em contrapartida] se encontra repleta de pessoas extraordinárias que já deram provas insofismáveis da sua competência".

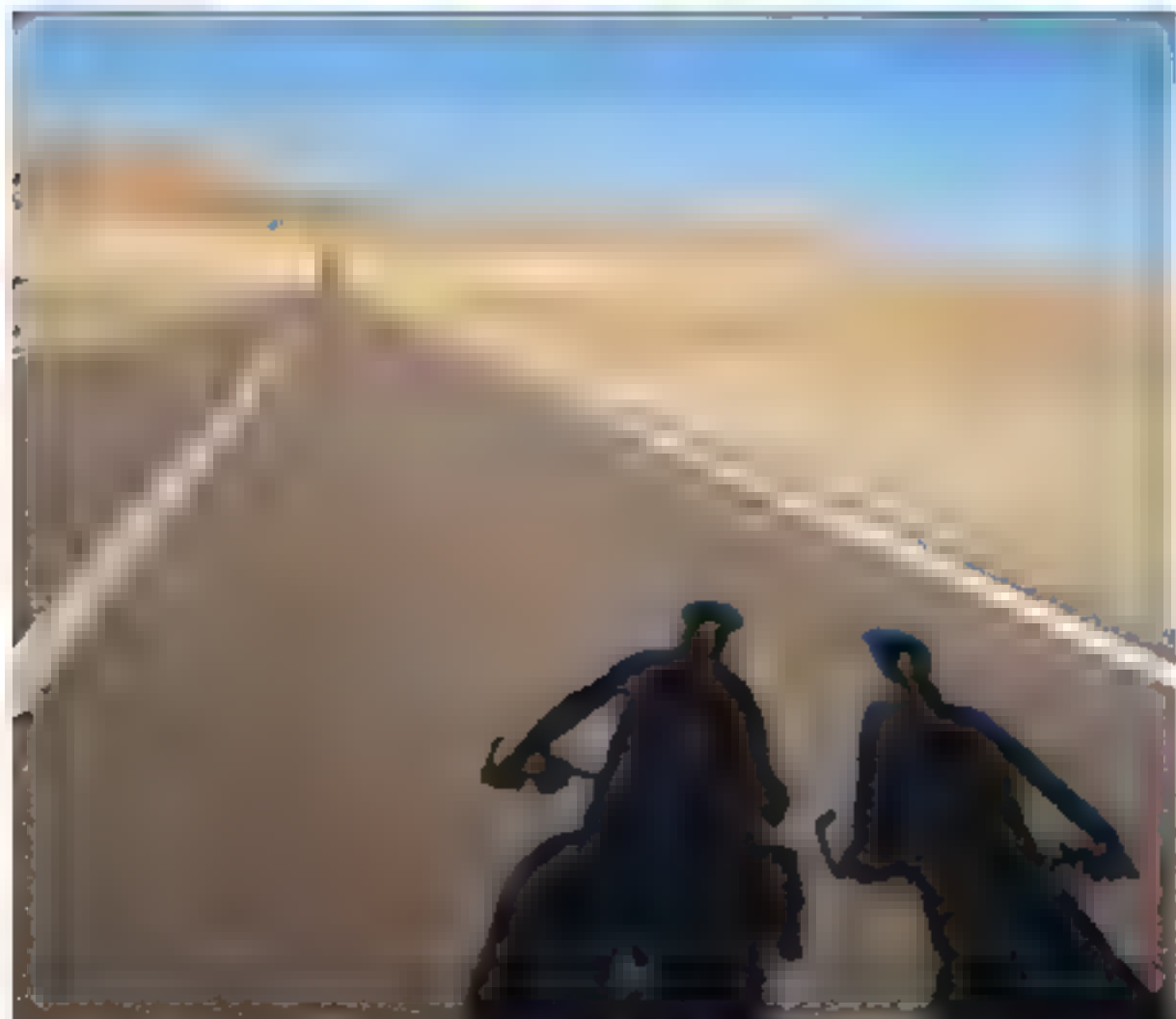
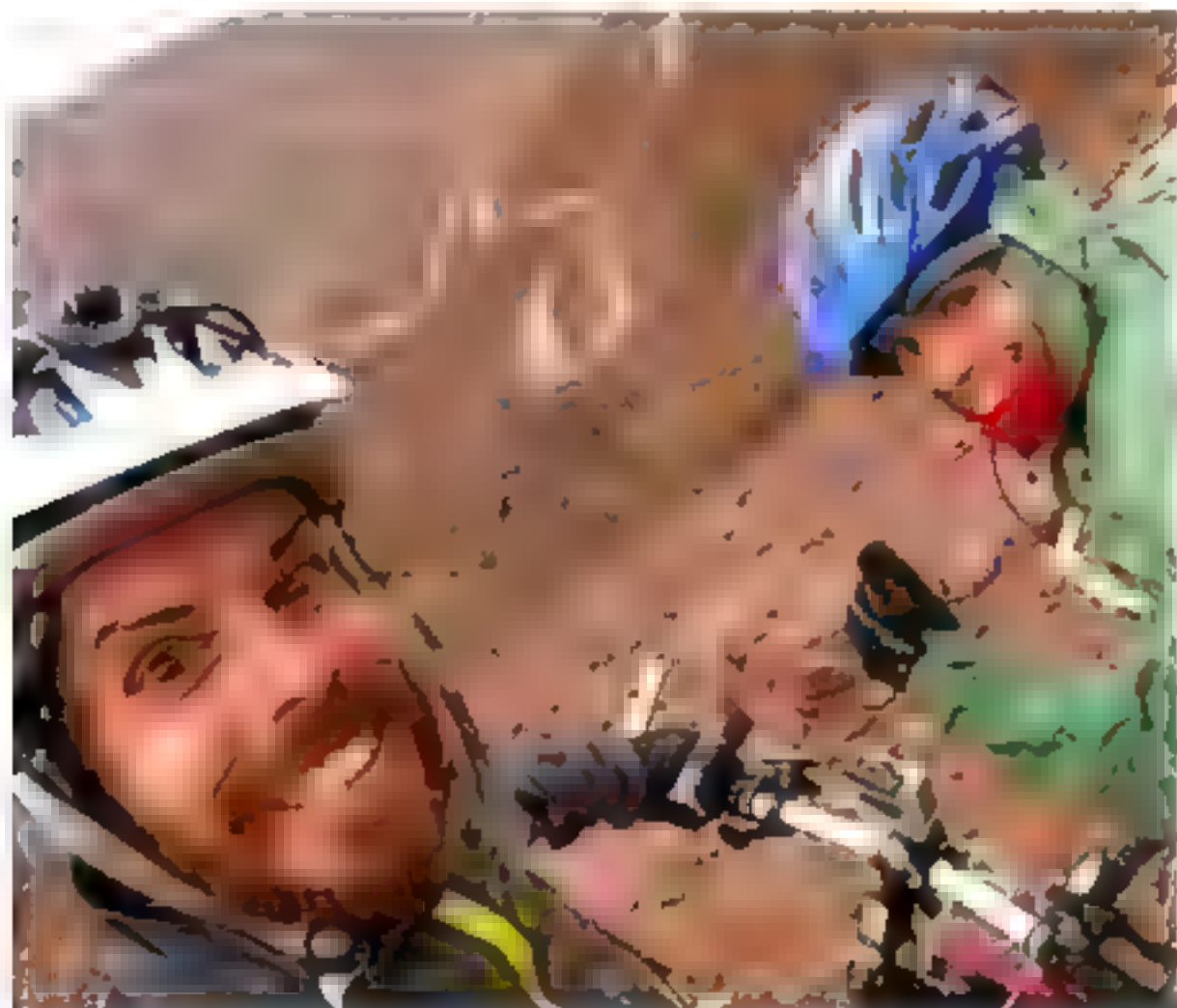
É precisamente o "extraordinário" de cada pessoa que Jorge Sequeira procura assim elevar nas suas intervenções. Já foi professor de José Mourinho, trabalhou com Jesualdo Ferreira e motivou mais de 50.000 pessoas ao longo de 15 anos de carreira, em empresas nacionais e estrangeiras como a Pepsi, EDP, AKI, Toyota, TVI, UEFA, Salsa, Remax ou Bosch. Em todas as suas prestações, prepara antecipadamente os conteúdos "de forma a que sejam inteligíveis tanto para o CEO *superstar* como para o empregado de limpeza" e testa-os repetidas vezes para garantir que obterá do público o envolvimento desejado, num "*wrap up* poderoso e demolidor". Não é tarefa fácil, quando está perante 300 a 1.500 pessoas que não o conhecem e o recebem com ceticismo. "É por isso que este é um trabalho de máxima performance, sempre no fio da navalha, a dar resposta a cada reação da plateia, seja ela qual for", analisa. "No final, dizerem-me que eu tenho muito sentido de humor ou que fiz uns improvisos fantásticos é simultaneamente o maior elogio que me podem dirigir e também o maior insulto. Porque nada ali foi improvisado – tudo foi estudado ao detalhe, testado e treinado para *parecer* um improviso".

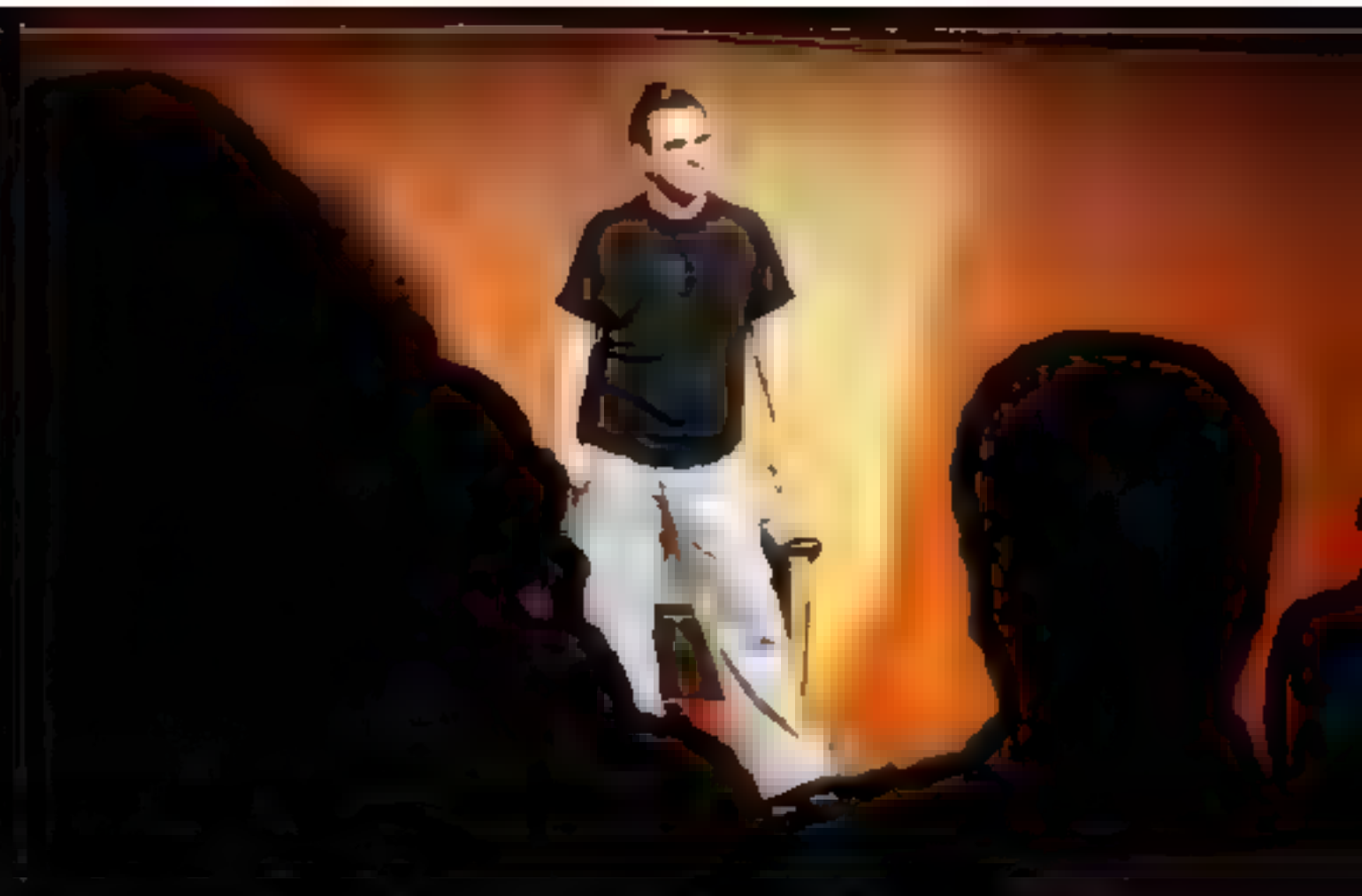
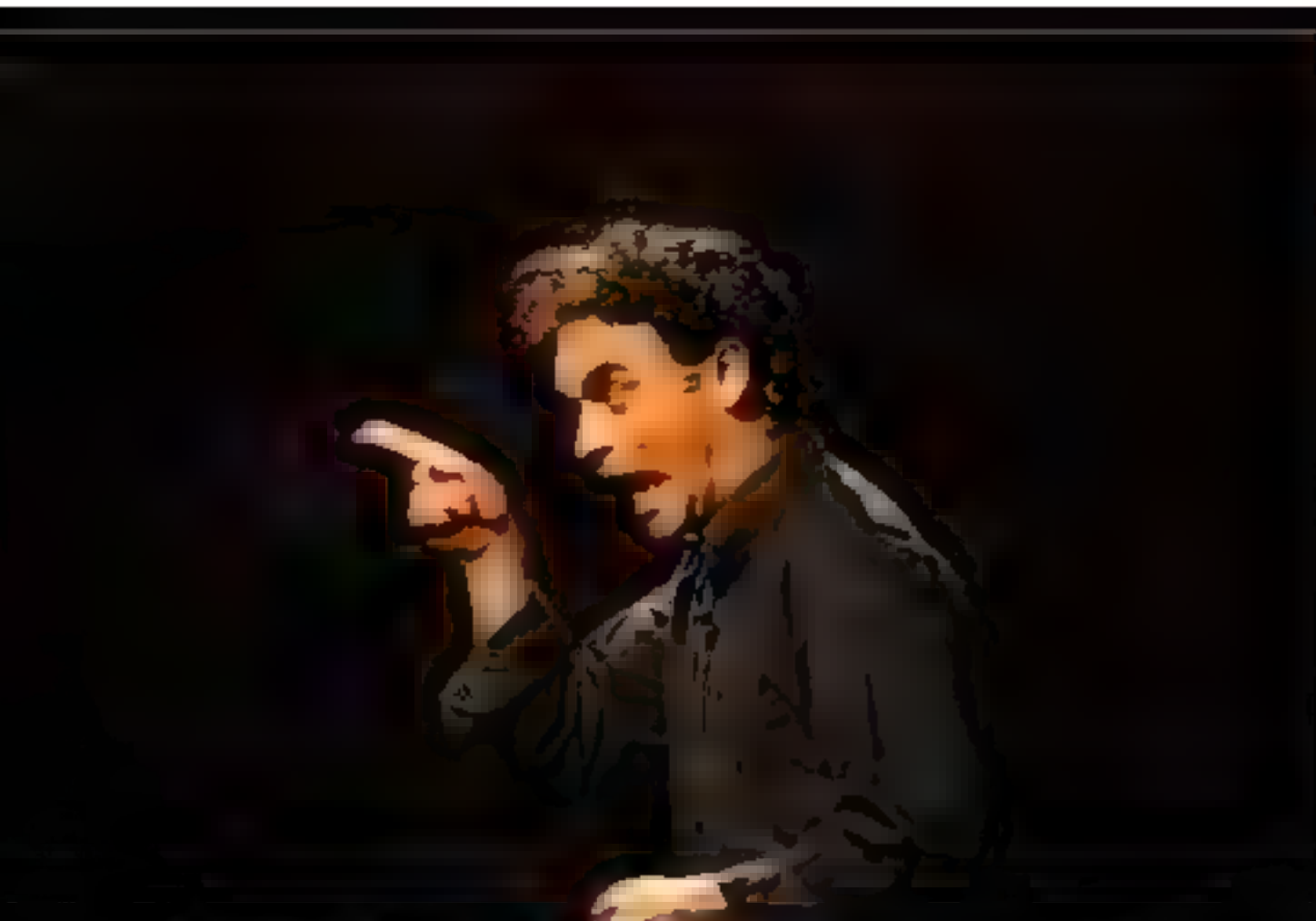
> *"É um trabalho de máxima* performance, *sempre no fio da navalha"*

As palestras mais requisitadas a Jorge Sequeira são "Resiliência – Vencer a adversidade", "Criatividação" (termo registado para a fusão das palavras *criatividade* e *inovação*), "Sonhalidade" (também com registo, sobre o percurso entre o *sonho* e a *realidade*) e "Casamento da Culpa", que apela à responsabilização pessoal "para evitar que a coitada da culpa morra sempre solteira".

Em cada um desses formatos há objetivos diferentes, mas, no geral, a prestação do psicólogo mune-se de dados científicos e *storytelling*. "Desmonto histórias que fazem parte da nossa cultura civilizacional e tento tocar as pessoas com coisas práticas, úteis, que as podem levar a viver melhor", revela. "O que se quer é criar um espírito de grupo mais forte, elevando os níveis de motivação, autoconfiança, fluidez comunicacional, dinamismo, otimismo, inovação, flexibilidade e superação pessoal – para citar apenas algumas das dimensões psicológicas que podem ser exploradas neste trabalho. Porque a realidade é que as capacidades mentais treinam-se – educam-se", observa o *speaker*. "Uma hora com alguém de qualidades oratórias reconhecidas e cientificidade comprovada pode não resolver tudo, mas semeia um vento de mudança na mente da plateia e, como o pensamento é suscetível de ser alterado, aquilo que eu faço é mudar a forma de pensar das pessoas para lhes modificar a forma de agir".

As viagens como motivação maior

Com menos bases científicas, mas maior arrojo empírico, Rafael Polónia é um orador motivacional *out of the box*, cujas palestras são solicitadas sobretudo pelos admiradores da sua experiência de vida pessoal Comunicativo e bem-disposto, começou por trabalhar como técnico de palco; depois, passou a inspirar cidadãos ▸

Rafael Polónia recorre à sua experiência de vida pessoal, nomeadamente as suas aventuras *low cost* ao volante de uma bicicleta, como fio condutor das suas palestras motivacionais

Fotos: Rafael Polónia / Arquivo Pessoal

Pedro Tochas usa o humor e a irreverência nas suas palestras para estimular o seu público a desenvolver novas formas de encarar os problemas, de comunicar e de ultrapassar os preconceitos

anónimos que seguiam pela imprensa as suas aventuras *low-cost* em bicicleta. O primeiro motivo para essa atenção foi o *passeio* entre Ovar e Istambul, sempre a pedalar, e o segundo foi a ciclo-viagem romântica com a atriz Tanya Ruivo até ao mais longínquo destino de Macau. Só dessa vez, foram 17.520 quilómetros através de 22 países, dormindo em casas de desconhecidos, em tendas de campismo ou mesmo ao relento, sempre da forma mais barata possível. "Coisa pouca", diz ele, ironicamente.

Habituado a produzir espetáculos e a lidar com eventos e organizações, Rafael Polónia foi assim apreciando o entusiasmo das pessoas quanto às suas histórias e acabou por ver a sua carreira evoluir para dois novos *métiers*: por um lado, o de "líder de viagens" pela agência Land.Escape, e, por outro, o de speaker motivacional em escolas, congressos e empresas. "Pedem-me sobretudo que fale sobre o conceito das nossas viagens e os casos mais difíceis que encontramos", revela. "E como toda a gente promete que faz e acontece, mas, na prática, só adia e não faz nenhum, a minha intervenção é sempre na onda de que, se acreditarmos que conseguimos, conseguimos mesmo". O primeiro passo, contudo, é a divulgação em massa: "Temos que contar a toda a gente o que vamos fazer e espalhar a ideia pelo maior número de pessoas possível, para depois nos sentirmos tão, tão pressionados que não tenhamos outra alternativa a não ser concretizar mesmo o que dissemos". Em escolas, TED Talks, sessões Ignite ou numa empresa, a postura da audiência poderá divergir, mas Rafael Polónia identifica naqueles que o ouvem um interesse comum predominante: "Todos têm a vontade de viajar e toda a gente queria uma vida assim como a minha e a da Tanya. Ir em frente é que já poucos conseguem".

É por esse motivo que a grande compensação que o *travel speaker* retira das suas palestras não é monetária até porque os seus honorários são muito distintos

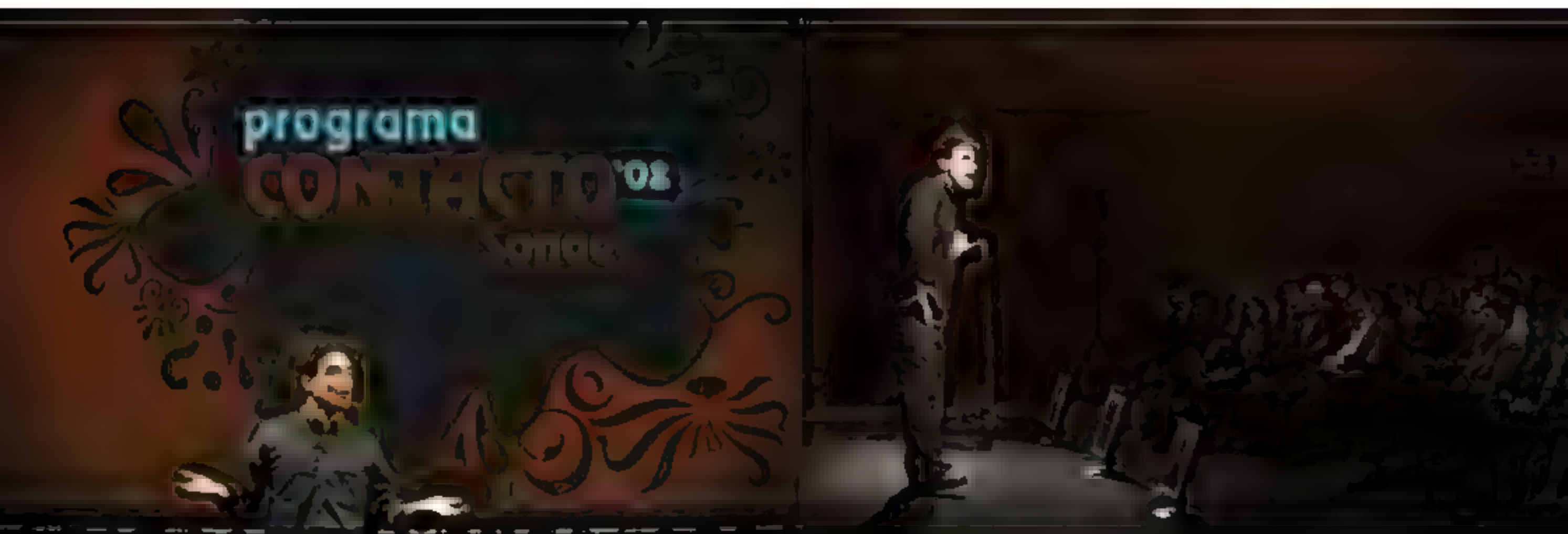
"A minha intervenção é sempre na onda de que, se acreditarmos que conseguimos, conseguimos mesmo"

dos valores praticados por Jorge Sequeira e Pedro Tochas. A sua maior satisfação advém do feedback em que se apercebe da mudança que estimulou na vida de alguém e do contributo que deu para um literal alargamento de horizontes. "Há quem tenha andado uma vida sem viajar, sempre a adiar e a inventar desculpas, portanto, mesmo quando só conseguem uma coisa mais pequena, tipo uma viagem de alguns meses ou uma em que arriscam tudo e saem daqui sem nada programado no destino, acabam por nos contactar a agradecer e isso é que é o mais importante nesta cena toda", confessa. "Quando falo para quem está na palestra, sou autêntico e digo o que tiver a dizer, saia como sair. Não sou um vídeo todo bonitinho e editado; sou o vídeo real, em bruto, sem efeitos. E por isso é que, quando vejo que inspirei alguém sendo realmente como sou, a satisfação que tiro disso é muito, muito grande. Bate muito mais que um cheque".

Humor para apreender assuntos sérios

BMW, BP, Bacardi-Martini, Carglass, Galp Energia, McDonalds e Pfizer são apenas algumas das marcas que, procurando equilibrar com um *fresh output* os eventos internos de programa mais denso, requisitaram os serviços de Pedro Tochas, o humorista que ficou associado aos anúncios televisivos das águas Frize, mas cuja carreira se vem fazendo sobretudo de espetáculos de *stand-up comedy* nas melhores salas portuguesas e *performances* de teatro físico em festivais de todo o mundo. Aliás, foi esse percurso que motivou o convite para a sua primeira prestação como *speaker*: os laboratórios Jaba sabiam que o performer tinha desistido de um curso de Engenharia Química para abraçar a carreira de artista de rua e convidaram-no a partilhar a história dessa aventura, para demonstrar que vale a pena correr riscos.

Pedro Tochas saiu-se bem e, hoje, acumula já 10 anos de palestras. "Seja para empresas, universidades, escolas ou

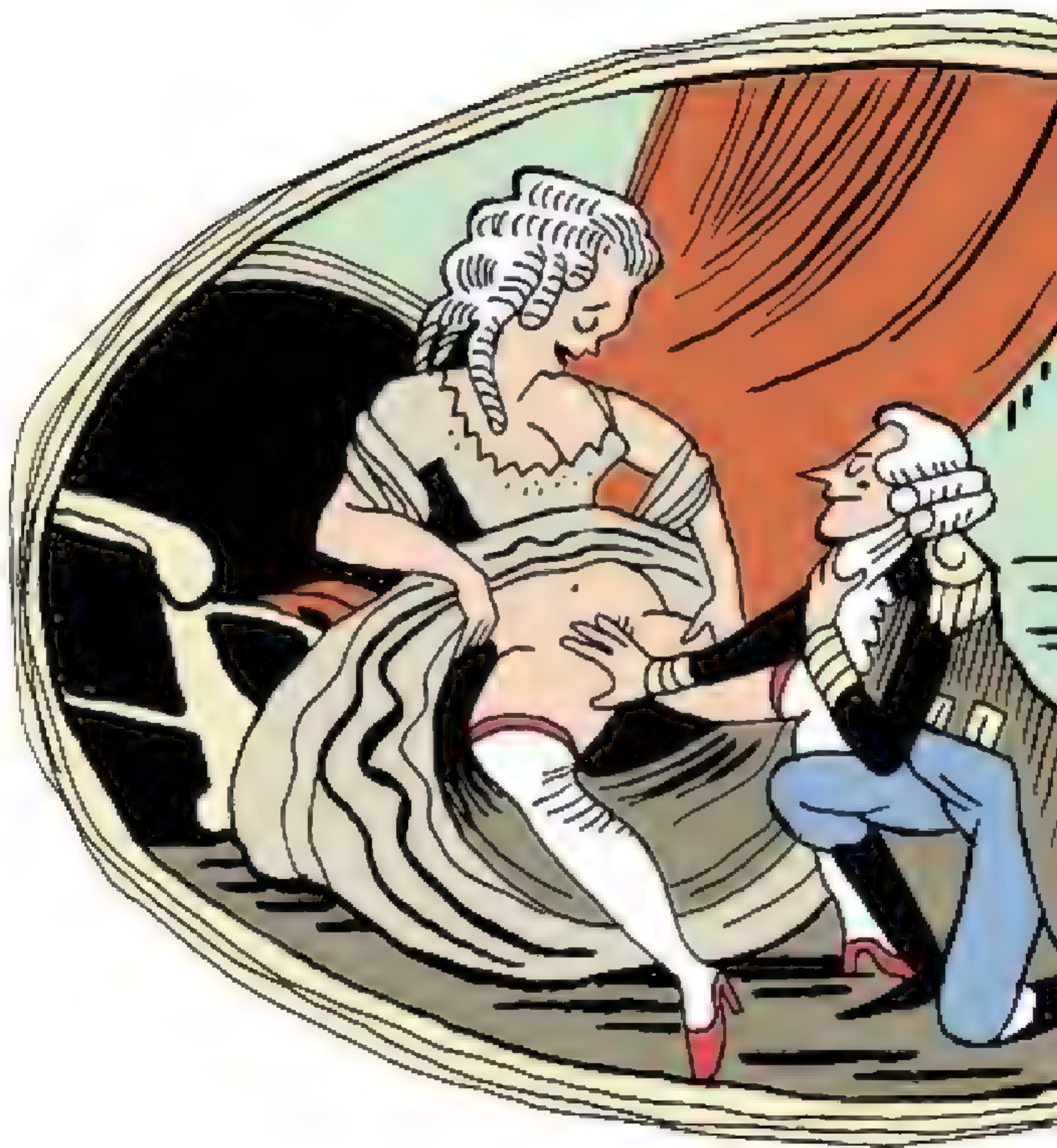
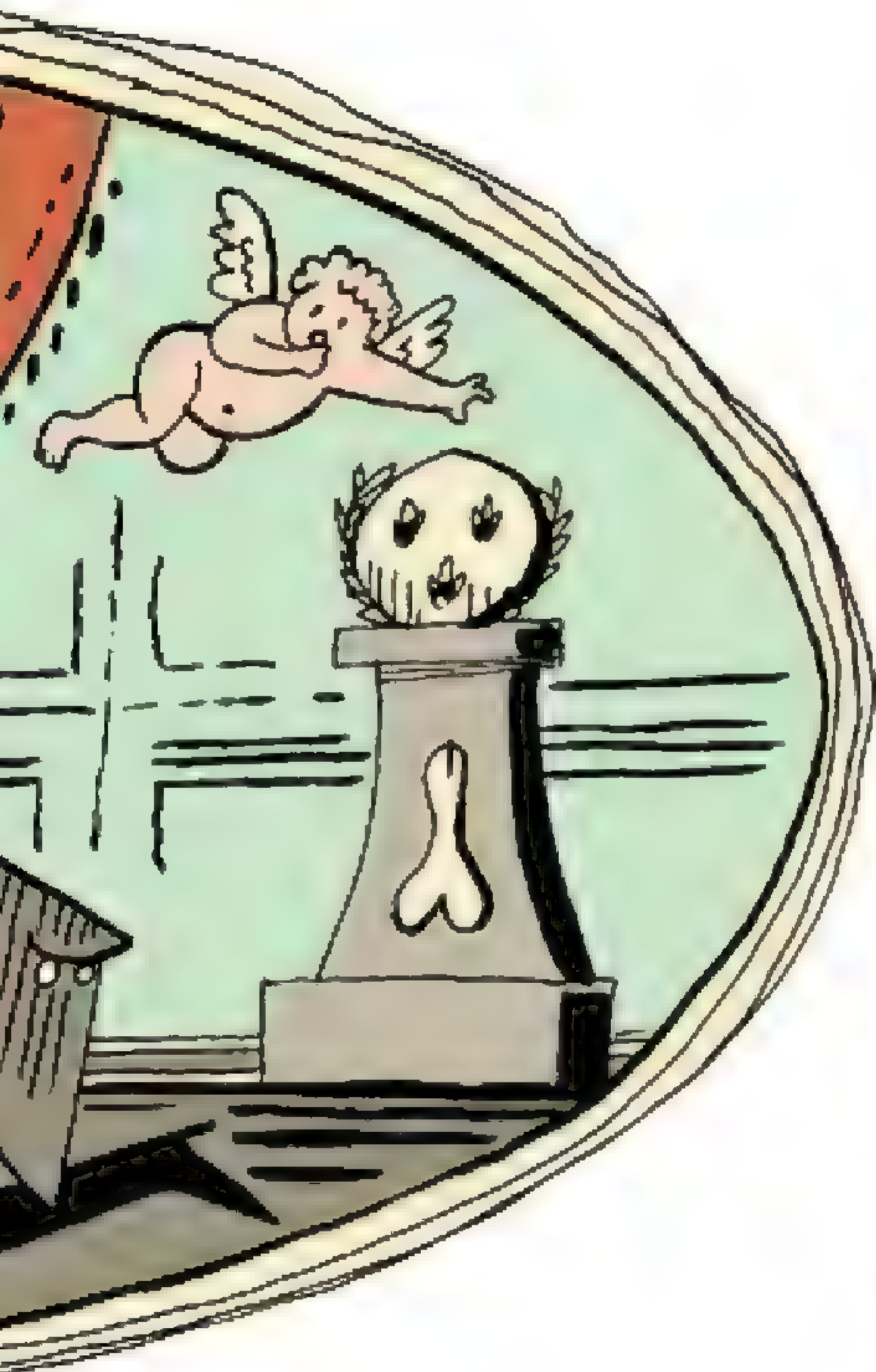
> *"Numa sala de espetáculos a comédia é que conta; numa palestra, o que importa é a mensagem e a comédia é só um acessório"*

autarquias, o que eu faço é *keynote*", explica, a propósito do tipo de intervenção em que o objetivo é realçar a tónica dominante do evento e sintetizar as suas principais conclusões. "Começo por conhecer a cultura da empresa, estudo a sua atividade e crio conteúdos próprios para cada caso – é mesmo como se estivesse a criar um espetáculo novo para o público em geral. Depois vou ao evento e, numa perspetiva fora da caixa, dou uma visão diferente de tudo o que lá foi dito, para descontrair as pessoas e reforçar a mensagem". Mesmo os tópicos mais amargos serão assim tratados com a leveza que se impõe. "Se a empresa sofreu uma reestruturação e houve diminuição de quadros, o tema não se pode evitar", defende. "Mas alguém tem que abordar isso de forma diferente, a puxar a malta para cima".

A reputação que Pedro Tochas criou no meio empresarial enquanto *speaker* não se deve, contudo, ao humor fácil e é o próprio *entertainer* a definir-se de forma simples: "Sou um orador que tem graça; não sou um comediante que vai dar uma palestra. Numa sala de espetáculos a comédia é que conta, numa palestra, o que importa é a mensagem e a comédia é só um acessório". Essa *expertise* resulta de anos de aprendizagem e experiência em diferentes domínios da expressão teatral – o que se reflete na facilidade com que o artista avalia plateias para suscitar nelas o efeito pretendido – e deve-se também a um "grande investimento" na sua formação contínua enquanto orador. "Nos últimos anos já fui umas cinco vezes aos Estados Unidos à formação da National Speakers Association, porque levo esta parte do meu trabalho muito a sério", garante. "Ainda são uns milhares valentes de euros de cada vez que lá vou, mas ao menos tenho a sorte de o meu trabalho e o meu *hobby* coincidirem um bocadinho. Há quem vá para fora passar férias; eu vou de férias para onde puder ver espetáculos e aprender coisas".

Esse esforço tem vindo a compensar porque a procura por oradores motivacionais "é cada vez maior", mesmo no atualmente fragilizado mercado empresarial português. "Há 20 anos, quem é que tinha reuniões anuais para apresentar resultados aos colaboradores? Isso não existia, era impensável! Mas agora as empresas já mostram onde estão, para onde vão e como é que querem lá chegar", analisa. "Perceberam que precisam mais de inovação do que de técnica, que as pessoas trabalham melhor se se sentirem felizes, que ouvir alguém falar de coisas diferentes nos ajuda a extrapolar essa criatividade para a nossa vida e nos faz produzir mais e melhor, por processos diferentes".

Se a procura por esses profissionais inspiradores está "em franco crescimento", também cresce, por sua vez, a oferta de "pseudo-*speakers*" sem a devida formação ou experiência de vida. Iniciam-se na atividade encarando-a como um "biscate habilidoso" em resposta à falta de emprego nas suas verdadeiras áreas de formação e criam assim um diferencial de qualidade que pode defraudar as expectativas de contratantes e espectadores. "É um problema muito grave, porque tem a ver com a falta de formação e significa que essas pessoas não vão estudar as empresas e instituições que as contrataram, nem terão credibilidade na forma como passam a informação às outras pessoas", diz Pedro Tochas. Mas então como é que se separa o trigo do joio? "O próprio mercado faz essa seleção, consoante o preço, a experiência, o impacte pretendido e o próprio *plafond* que as empresas têm para investir", garante. "Eu não sou um chico-esperto que foi à *internet* buscar uma série de clichés e que gosta de estar em frente ao público a gesticular muito, como se isso ajudasse a credibilizar uma experiência que não tenho. Portanto, se sou bom, o mercado vai passar palavra; se sou mau, vai passar palavra ainda mais depressa". ■

Fotos: Pedro Tochas, Arquivo Pessoal

ILUSTRAÇÕES DE NUNO SARAIVA
TEXTO DE JOANA CLARA

NUNO SARAIVA

"Para quê levar a vida tão a sério, se ela é uma alucinante aventura da qual jamais sairemos vivos?", eternizou no tempo Bob Marley. Talvez seja este o elixir para uma existência plena de glórias: o erro torna-se um obstáculo ultrapassável, uma gota de tinta que cai inesperada e delicadamente sobre uma folha de papel em branco dá corpo a inspiradores esquissos, deixando de ser apenas um simples borrão, uma mácula, um vazio. Nuno Saraiva, 46 anos, é um dos cartoonistas e ilustradores mais conceituados em Portugal e ele próprio parece ser um desenho que não tem começo, meio ou fim.

No seu trabalho, a imaginação não tem limites. Circula pelas vielas do seu corpo, bombeia-lhe freneticamente o coração, vive à flor da pele e transborda para as páginas da imprensa escrita nacional. Colabora regularmente com os semanários Expresso e Sol, com os jornais diários Record e Público, e com a revista de *lifestyle* semanal Time Out.

Em 1969, nascia esta mente brilhante, que viria a iluminar o mundo com a sua luz inesgotável. Anos mais tarde, a sua formação passaria por várias escolas de arte: frequentou o curso superior de Design de Comunicação no IADE e os cursos de Design e de Pintura na Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa.

Há 20 anos apaixonou-se pela cidade dos elétricos pitorescos, docemente abraçada pelo Tejo: Lisboa. Percorreu os históricos e castiços bairros das Sete Colinas e por lá ficou, ancorado à vontade de reacender o espírito bairrista e de avisar o destino sobre o poder da sua arte. Irrevogável, feérica e impactante.

As suas ilustrações exalam o cheiro característico das sardinhas – sim, Nuno foi o autor da imagem do programa das Festas de Lisboa de 2014! Mas também acordam fantasmas adormecidos, seja nas capas dos livros da editora Leya, seja nas primeiras páginas do suplemento Ípsilon, o que lhe valeram o prestigiado Prémio Stuart/El Corte Inglés de 2010 na categoria de melhor Ilustração Editorial.

Já publicou uma miríade de obras em nome próprio, é um dos membros da Associação Renovar a Mouraria e apresenta-se como um dos artistas residentes no *atelier* The Lisbon Studio. Só uma vida não chega para fazer tudo a que se propõe, mas esta que vive agora, de forma tão intensa, pulsa a cada novo despertar.

SEXO UTÓPICO, LIBERAL E FARTO? É numa casa lisboeta, concerteza!

Há um estabelecimento em Lisboa que não tem placards *luminosos na fachada nem morada conhecida. Lá dentro há a oferta tradicional de um bar e, como complemento, sexo. Orgulhosamente libertino, o Mise en Scène é um clube privado adulto a que só se acede por convite, mas, quando abre as portas, acolhe com a mesma hospitalidade heterossexuais,* gays, *fetichistas,* voyeurs, swingers, *sadomasoquistas e qualquer outra pessoa com fantasias sexuais por concretizar ou tendências fora da norma ansiosas por sair do armário. Em liberdade partilhada e sem julgamentos, neste bar serve-se utopia.*

POR ALEXANDRA COUTO

> *"Tanto podem ir para um quarto ter sexo em grupo como ficar só a beber uns copos"*

Ela chega em casaco de malha, um *top* liso, calças de ganga e botins rasos. Tira o telemóvel da bolsa e entrega-o a quem está na receção, mesmo que desconfortável com a ideia de ficar sem ele umas horas. Depois entra na casa, direta ao bar, pousa as suas coisas e cumprimenta os conhecidos. Começa por pedir um *gin* e vai-se meneando sem exageros de dança ao som da música ambiente, acompanhando com algum riso os comentários sobre figurinhas tristes da nova política nacional. Hora e meia depois avança pelos corredores e tenta entrar no seu quarto preferido, mas a porta está encostada e então retém-se. Passa à divisão seguinte e, também aí, a mesma porta entreaberta diz-lhe para parar. Só o terceiro quarto é que está vazio e então ela entra, diz uma piada para descontrair o casal que a seguiu e, para dar o exemplo, começa a despir-se. Entre três corpos nus, seguem-se beijos, sexo, conversa. Carícias e confissões. Os três fazem o que lhes apetece, pelo tempo que lhes apetece, até se cansarem. Depois ela sai, deixa o casal sozinho para trás, dirige-se à porta da rua e pede que lhe devolvam o telemóvel. Verifica as horas e percebe que esteve mais tempo com eles do que com as duas miúdas da semana passada. "*Bondage* na próxima semana, para desenjoar?", pensa para si própria. E então vai-se embora, já a organizar mentalmente a disposição espacial em que vai querer a turma da manhã seguinte, de forma a distribuir 32 alunos por seis microscópios.

Se uma câmara pudesse seguir os movimentos (e as reflexões) da clientela do Mise en Scène, essa seria apenas uma das histórias a descobrir e, provavelmente, uma das menos interessantes. O dia-a-dia desse bar secreto de Lisboa, cujo edifício não exibe placas identificativas no exterior e no qual apenas se entra por convite expresso, é muito mais intenso e arrojado, com experiências sexuais para todos os gostos e protagonistas que, de tão insuspeitos, se revelam surpreendentes. Mas não haver surpresa nenhuma também é uma hipótese! Porque a apatia consta do rol de liberdades que é prerrogativa de cada cliente, como explica Rui Simas, um dos sócios-gerentes do clube, ao afirmar que essa casa com 10 assoalhadas é, afinal, apenas "um bar em que as pessoas têm direito a fazer o que quiserem: tanto podem ir para um quarto ter sexo em grupo como ficar só a beber uns copos ao som da música".

Há, contudo, regras de protocolo mínimo a seguir e a primeira é que quem convidar estreantes para o Mise en Scène deve selecioná-los criteriosamente, de forma a introduzir no meio apenas *kindred spirits* com idêntica postura de abertura, curiosidade sexual, respeito pelas diferenças e discrição. Regra número 2: todos os telemóveis — já para não falar de câmaras fotográficas, claro! — ficam retidos na entrada, à guarda da casa, para garantia absoluta de que nada possa ser registado no interior. Ponto 3: "Ninguém pressiona ninguém a fazer nada", diz Rui Simas. Norma 4: sexo faz-se nos quartos e, se um deles apresentar a porta encostada, é favor procurar outro — a não ser que os respetivos ocupantes convidem à entrada. Número 5: Roupa usa-se sempre, nos espaços comuns. "Só muito raramente há alguma festa temática em que o *dress code* dê para andar em roupa interior. Isso só acontece em ocasiões mesmo muito especiais", avalia o empresário. Mandamento 6, "a repetir com insistência": usar preservativo. "Se algum casal que já tem um relacionamento pessoal decidir não o usar, ok, compreende-se. Aliás, não podemos obrigar ninguém a usá-lo; a realidade é essa. Mas temos preservativos por todo o lado, dispersos pela casa, e recomendamos sempre que os usem", declara Rui Simas. "É uma filosofia que defendemos".

Volúpia democrática

Com base nesses princípios de conduta, tudo o mais no Mise en Scène se revela livre de preconceitos. "Definimo-nos como um bar libertino e o que nos distingue é que recebemos todo o tipo de pessoas, com todo o tipo de preferências sexuais, com todo o tipo de fantasias", explica o sócio-gerente do espaço. Essa postura foi consequência de uma evolução natural, já que o clube começou por funcionar como um bar de *swing*, propício à troca de casais, e se foi tornando a pouco e pouco "mais liberal, literalmente mais libertino" — adjetivo que os dicionários atribuem a um comportamento "desregrado, centrado nos prazeres sexuais".

Com formação académica em Saúde Sexual, Rui Simas acredita que o funcionamento da casa proporcionará assim matéria suficiente para um futuro estudo das dinâmicas da sociedade portuguesa ao nível da sexualidade. "Isto é uma experiência sociológica, porque é muito difícil juntar tantas tendências sexuais diferentes no mesmo local. Fetichistas, *voyeurs*, sadomasoquistas — essas pessoas fechavam-se em guetos e a nossa intenção era criar um espaço em que toda a gente pudesse estar e dar-se entre si", explica. "Queríamos ter todos os gostos no mesmo sítio e criámos uma casa onde todos os que têm mente aberta, curiosidade por coisas novas e vontade de experimentar se podem sentir confortáveis. É essa a nossa utopia".

Rui Simas admite que hoje essas tendências e fantasias ▸

Não existe um estereótipo do frequentador do bar libertino Mise en Scène. Nesse espaço é possível encontrar todo o tipo de pessoas, com todas as fisionomias, todo o tipo de tendências e fantasias.

Norma n.º4 do clube: sexo faz-se nos quartos e, se um deles apresentar a porta encostada, é favor procurar outro – a não ser que os respetivos ocupantes convidem à entrada

ainda envolvem algum tabu, mas acredita que a situação irá inevitavelmente evoluir ao longo dos próximos anos. Isso não invalida, contudo, que entre os frequentadores do Mise en Scène se encontrem clientes ditos *normais*, que não seguem tendências sexuais específicas e procuram apenas concretizar uma fantasia própria, como a de sexo em público ou uma orgia. O empresário realça, aliás, que é graças a esses aventureiros que a clientela do bar se renova com frequência: "As pessoas vêm à experiência, riscam uma fantasia da lista e depois não voltam cá".

> *"Não há preconceito e todos podemos ser espontâneos, sem julgamentos de ninguém"*

Gente diferente, gente igual

Não foi esse o caso de Le Satyre, um *habitué* do clube que, pela visibilidade pública da sua carreira artística, prefere não ser identificado pelo nome real. "O Mise en Scène é a visão onírica da minha vida", proclama, entusiasmado. "Da primeira vez que fui ao clube senti-me tão identificado que nunca mais deixei de lá ir e levo comigo toda a gente que posso. Eu já tinha uma vida assim, de poligamia – adoro mulheres, quero o maior número delas possível, experimento tudo, sozinho, com duas, três, em grupo –, mas ali percebi que não estava sozinho. Encontrei outras pessoas como eu e isso é muito bom. Não há preconceito e todos podemos ser espontâneos, sem julgamentos de ninguém".

Le Satyre já deu a conhecer o clube a perto de 50 amigos e conhecidos e, para data do primeiro contacto com o local, tem vindo a escolher as quintas-feiras. "O bar só está aberto três dias por semana e a noite mais *soft* é sempre a de quinta, por ser dedicada à projeção de cinema erótico", informa. "Além disso, assim garantimos uma das questões a que sempre demos muita importância, que era evitar que quem nunca experimentou este meio se sentisse pressionado a ambientar-se de repente e a adaptar-se demasiado rápido", acrescenta Rui Simas.

Superada a prova cinematográfica, as noites de sexta-feira são assim o passo seguinte, com mais interação entre o público num ambiente ainda descontraído, e ao sábado a experiência atinge finalmente o clímax, com festas temáticas cujo *dress code* tanto pode ser inspirado pelos ruidosos anos 20 e o psicadelismo dos *Sixties*, como pela Revolução de Abril e a combinação *black & gold*.

É então que, na passagem do *lounge* em média luz para os quartos com *décor vintage* e barroco, quase tudo pode acontecer. E acontece. Quando o clube fecha portas, contudo, a realidade volta a apoderar-se desses espíritos utópicos e, em 50 candidatos a libertinos, Le Satyre contabiliza que serão apenas "uns 10" os que continuam a marcar presença regular no local após a sua iniciação. "Os que se identificaram à séria ficaram; os outros, como vivem numa sociedade em que a norma ainda é mais conservadora e tradicional, satisfizeram a curiosidade e depois voltaram à sua vida normal", constata.

Já entre os que regressam ao clube e aí permanecem como *frequent players*, a diversidade prolifera, tanto ao nível das tendências sexuais como das próprias fisionomias. "A média etária dos nossos clientes andará entre os 30 e os 40 anos e há aqui desde *top models* até

gente redonda, fortezinha, com celulite e tudo", admite Rui Simas, sorrindo. "Isto é mesmo uma amostra da sociedade real e o que é interessante é que os gordos sentem-se tão à-vontade quanto os magros – porque é este o espírito deles, comum a toda a gente que anda aqui"

> *"Pôr à prova as nossas fantasias faz-nos realmente pensar sobre nós próprios e a nossa vida"*

Laboratório para várias ciências

Pela liberdade de experimentação que proporciona, o Mise en Scène revela-se um laboratório em que se testam não apenas condutas coletivas, mas também comportamentos individuais ao nível físico e emocional. "Pôr à prova as nossas fantasias faz-nos realmente pensar sobre nós próprios e a nossa vida", avisa Rui Simas. Umas vezes a aventura corre bem; outras resulta em danos que se registam sobretudo entre os casais que já tinham uma relação entre si antes da sua primeira visita ao clube.

"Quando o relacionamento é bom, até acaba por sair fortalecido com uma experiência destas", assegura o empresário. "Um exemplo disso é o do casal que se conheceu aqui no bar e agora tem um relacionamento sério, com os dois a gostarem deste estilo de vida, e outro caso é o de três pessoas que passaram a viver em poligamia – vivem mesmo uns para os outros, a três, em genuíno altruísmo". Há ainda a história de um *swinger* que, a certa altura, "percebeu que já não se sentia bem nesse formato e afinal preferia estar com uma pessoa só", pelo que, "agora, até isso de ter sempre o mesmo parceiro está a ser uma experiência sexual incrível"

Já no extremo negativo do espectro, os novos territórios sexuais desvendados no clube geram frequentemente situações de insegurança em relação ao parceiro, ciúmes, até alguma viciação. "O que acontece mais é as pessoas não conseguirem lidar com isto da maneira como pensavam", admite Rui Simas. "Um casal com filhos vinha cá regularmente, ambos pensavam que iam ficar mais próximos e depois perceberam que lhes faltava qualquer coisa. Já não estavam satisfeitos com a relação que tinham, separaram-se e hoje continuam a vir cá, mas cada um por si". Le Satyre aponta outro exemplo, com sintomas entre o psicológico e clínico: um amigo seu "está de tal maneira obcecado com o sexo em grupo que depois, durante o resto da semana, não consegue ter tesão com uma pessoa só".

No seu caso específico, em que a proporção de atividade sexual é de "60% em grupo para 40% em privado", Le Satyre diz sentir-se equilibrado. "Sou o maior tarado sexual que existe, porque adoro mulheres! Mas respeito-as profundamente e não sou nada cabrão com elas, juro! No Mise en Scène passei é a sentir-me totalmente identificado e acompanhado, e, para mais, gosto do tipo de mulheres que cá anda, porque são bem resolvidas, sabem o que querem e gostam de explorar, todas desinibidas e confiantes", confessa. "O que se passa é que, quanto mais ando nestas cenas coletivas, em grupo, mais gosto de estar com uma mulher só. Aqui no Mise en Scène é uma coisa mais hardcore, mais bruta; com uma miúda só é sempre uma cena mais gira. É sempre uma cena mais... Fofinha". A perfeição é com uma miúda apenas, portanto. Apenas não sempre com a mesma miúda. ■

ANA LAMAS

POR PEDRO JANEIRO

MAKE-UP E CABELO: ZAKAHIA, *STYLING*: DIANA CONCEIÇÃO E SOFIA PIRES, AGRADECIMENTO: PEDRO BIVAR ACE TEAM

TODOS BONECOS

TEXTO DE ANDRÉ OLIVEIRA • DESENHO DE PEDRO BRITO

clap!
clap!
clap!
OBRIGADO A TODOS.
UM RESTO DE BOA NOITE
E ATÉ À PRÓXIMA.
clap!
clap!
clap!
clap!
clap!
clap!
clap!
clap!
clap!
clap!
clap!
clap!
clap!
clap!

UFFF...
JÁ NÃO
AGUENTAVA
MAIS.
ESTÁS
A FICAR
VELHO,
PÁ.

SENHORAS
E SENHORES,
FOI O ESPECTÁCULO
DESTA NOITE.
AMANHÃ
NÃO PERCAM...

TALVEZ
ESTEJA.

clic

BLAM

TOCA A ACORDAR, PESSOAL. AINDA A NOITE É UMA CRIANÇA!

ORA VIVA. O QUE É QUE VAI SER?
UFA! ATÉ QUE ENFIM! O COSTUME!

UMA CANECA DE ÓLEO DE CEDRO A SAIR... ENTÃO E ESSA VIDINHA?
EPÁ, HOJE JÁ NÃO AGUENTAVA MAIS...

GLUP!
HUMPF!
MAS VOCÊ AINDA É NOVO. AINDA MAL TEM CARUNCHO NESSA MADEIRA.

FARTO DESTE ESPECTÁCULO, FARTO DE ESTAREM SEMPRE A FALAR POR MIM... COMO SE EU NÃO SOUBESSE CONTAR PIADAS.
E EU?!

EU QUE JÁ FUI UM TROFÉU IMPORTANTE! E HOJE ESTOU P'RAQUI A APANHAR PÓ... TENHA PACIÊNCIA.

É BEM VISTO!

AO MENOS PODE DAR UMAS VOLTAS QUANDO NINGUÉM ESTÁ A VER!

SEM QUE LHE ESPETEM FARPELAS RIDÍCULAS...

... OU LHE APAGUEM BEATAS NA CABEÇA!

ESTÁ BEM!
JÁ PERCEBI A IDEIA... NINGUÉM QUER ESTA VIDA, ...

CERTO!?

ERRADO, PÁ.
AINDA TENS DE
COMER MUITA CÊRA...
CHEGA LÁ AQUI.

HÃ?

VÊS?

SOMOS TODOS
BONECOS, MENINO.

TODOS BONECOS.

NEREIDA GALLARDO

A intensa mulher espanhola que, sem máscaras ou disfarces, hipnotiza o olhar e arrebata o coração.

FOTOGRAFIAS DE ANA DIAS • TEXTO DE JOANA CLARA

Nereida Gallardo viveu o dia de sonho das mulheres enamoradas por contos de fadas. Casou-se num dia solheiro de agosto, na sua terra natal banhada pelo azul do mar, Palma de Maiorca. Um rol de notícias foi partilhado pelos meios de comunicação social portugueses e pelos *media* internacionais. Tal como seria de esperar, o foco foi dirigido para dentro das quatro linhas. Não é de estranhar, certamente, pois o seu passado escreveu-se sob opções futebolísticas. Mas esse tempo verbal por lá ficou, perdido entre defesas, remates e golos no coração. Agora o caminho desta intensa mulher de 31 anos passa pela maternidade e pela realização profissional, um percurso que se propõe a estar afastado de táticas e de cartões vermelhos. O mais próximo deste desporto que move multidões em todo o mundo? Só um pontapé certeiro para o sucesso. E esse parece garantido para alguém que preserva a família e os momentos mais singelos da vida acima de tudo.

Muitos desconhecem que Nereida trabalha como auxiliar de enfermagem e que é uma defensora acérrima da liberdade das mulheres. Em 2014, protagonizou uma impactante sessão fotográfica para se insurgir contra a reforma da lei do aborto no país que a viu nascer. Compôs uma ode ao "girl power", colocou a alma a nu, fez do seu corpo um campo de batalha e deixou a seu despudor ser uma forma de manifesto contra a violação dos direitos das mulheres, em Espanha. Foi através das redes sociais que Nereida difundiu o seu ponto de vista e fez despertar consciências para a ausência da decisão feminina na interrupção da gravidez.

O nascimento do primeiro filho fez com que olhasse para a sua forma física sob outra perspetiva, mais confiante e ainda mais determinada. "Depois de ter sido mãe, estou melhor do que nunca", confessa. Ana Dias, a fotógrafa que, com a sua varinha mágica, tem o poder de explorar as formas do corpo feminino com audácia e elegância, convidou Nereida para ser a capa da nova edição da INSOMNIA Magazine. Simpática, divertida e desinibida: eis os três adjectivos que definem na perfeição a mulher que dominou a produção artística que preenche agora as páginas desta publicação semestral. "A sessão correu incrivelmente bem. A equipa foi super simpática e acolhedora. A Ana entrou em contacto comigo através do Facebook, mostrou-me os seus trabalhos e apresentou-me uma proposta: ser a segunda capa da INSOMNIA Magazine. E eu aceitei!", partilha, orgulhosa do seu trabalho e da sua decisão. "E adorei o profissionalismo de todos", acrescenta.

Nereida não esconde o entusiasmo que sente ao posar nua para a objetiva de um fotógrafo. "Esta é uma forma de expressão. Apaixona-me este género de fotografia e sinto-me bastante à vontade neste campo". Percebemos, de imediato, que estamos na presença de uma mulher que vive bem consigo própria, que não deixa os preconceitos de uma sociedade fechada falarem mais alto do que a sua vontade desmesurada de se expressar corporalmente. O seu coração não precisa de máscaras, de uma imensidão de disfarces ou de um leque de sonhos traídos. Ela liberta-se das amarras que lhe impõem e revela-se na sua vulnerabilidade, esplendor e voluptuosidade.

Deseja voltar a ser mãe e ter novos desafios profissionais. Trabalha arduamente para alcançar o que ambiciona, não deixando que o seu nervosismo e a sua impaciência traiam a sua vontade de voar mais alto. Quer que o seu filho cresça saudável e com a melhor educação, num ambiente limpo e agradável. E, claro, não esconde que lutará sempre pela sua felicidade. Essa que é uma partida que não tem fim aos 90 minutos e não precisa de tempos de compensação, porque é eterna em toda a sua existência. ●

ASSISTENTES DE FOTOGRAFIA GONÇALO JORGE E PEDRO TEIXEIRA,
MAKE-UP KIKA TEIXEIRA, CABELO CLARISSE FERNANDES,
ASSISTENTE DE CABELO ADELINO SANTOS

CLÁUDIA PIRES

POR KID RICHARDS

Luís de Matos
UM MUNDO MÁGICO

Uma conversa com o célebre ilusionista português sobre o seu notável percurso na arte da magia.

POR JOANA CLARA

Uma ilusão é mais do que uma encenação e uma manipulação daquilo que interpretamos como real. Os truques de Luís de Matos oferecem momentos de puro arrebatamento e neles tempo e espaço entrelaçam-se de forma irrevogavelmente misteriosa. Falamos, pois, de um dos mais aclamados mágicos mundiais. A nossa conversa foi, por si só, enigmática, ainda que não tenha existido espaço para segredos. Convidamo-lo então a demorar o olhar nesta entrevista, onde o encantamento toma forma e lugar. Deixe-se hipnotizar pelo seu inspirador percurso nesta arte transcendente e aproxime-se o mais possível...

INSOMNIA Magazine: Com que idade começaste a fazer os teus primeiros truques de ilusionismo?
LUÍS DE MATOS: Com nove anos.
IM: A magia entrou na tua vida de mansinho ou foi uma paixão desmesurada à primeira vista? Sentiste, de imediato, que era um amor para a vida inteira?
LM: Foi quase por acaso. Não só não tenho antecedentes familiares, como "ser mágico" não é propriamente algo que os pais levem a sério. Aos nove anos de idade integrei um pequeno grupo de teatro e variedades chamado Grupo Amannecer, na vila de Chão de Couce, concelho de Ansião. Todos fazíamos um pouco de tudo. Um outro elemento, chamado Serafim Afonso, fazia ilusionismo e esse era certamente o momento que mais me fascinava. Com ele aprendi as primeiras ilusões; e a paixão pela magia não mais deixou de crescer em mim. Instalou-se como um *hobby* que absorvia toda a minha atenção e que, desde então, sempre me proporcionou momentos de descoberta e assombro. Desenvolveu a minha capacidade de comunicar e interagir em sociedade. Foi paixão à primeira vista e cresceu comigo até hoje.
IM: Qual a razão que ampara a tua preferência por esta forma de expressão artística?
LM: É a mais universal das artes; não precisa de conhecimentos prévios. De forma generalizada, as mais variadas expressões artísticas carecem sempre de uma certo "aculturamento". A língua, o estilo ou a forma constituem quase sempre uma espécie de barreira que apenas alguns ultrapassam no imediato. Por outro lado, a capacidade de sonhar, ou a noção daquilo que é ou não impossível, faz parte do senso comum e pode ser instantaneamente estimulada pelos sentidos. A imaginação, única ferramenta necessária para sentir a magia, "vem de série" com o ser humano.
IM: De que forma o teu crescimento pessoal e profissional moldou a tua forma de interpretar o mundo tal como o conhecemos, sem universos paralelos ou realidades transcendentes?
LM: O processo construtivo subjacente à arte mágica, bem como a sua eficácia no "engano" nela presente, ajudou-me a desenvolver um ceticismo crítico que me caracteriza e me ajuda a melhor tentar entender o que me rodeia. Ciência e psicologia misturam-se de forma extraordinária na magia. A conjugação dessas duas vertentes ajuda-me a entender fenómenos cuja perceção nem sempre é a desejada pelos protagonistas que nos rodeiam.
IM: O que faz o teu coração bater fortemente no mundo da magia?
LM: Indiscutivelmente, o público. É a sua presença que nos deixa nervosos, ansiosos, desejosos de chegar e, quando corre bem, é ele que nos premeia com o aplauso e o sorriso. Nada tem mais impacto que, antes de um espetáculo, espreitar entre cortinas e ver espectadores que decidiram vir ter connosco. É o peso da responsabilidade multiplicado pelo respeito que isso mesmo representa. Quando se assiste a um filme a história acaba sempre da mesma maneira, quando se assiste a um espetáculo tudo pode acontecer.
IM: Quando é que começaste a fazer demonstrações

públicas da tua habilidade criativa?

LM: O estado criativo é algo que nasce e cresce, mas não está presente no início. Na natureza os bebés começam por caminhar; a seguir, por imitação do que os rodeia, começam a andar de pé. Também é assim no universo artístico. É por isso difícil perceber quando é que as "demonstrações públicas" passaram a refletir qualquer habilidade criativa.

IM: O que pretendes transmitir através das tuas ilusões?

LM: A magia nada mais faz que desafiar a capacidade de sonhar de cada espectador, demonstrando, de forma temporariamente comprovável, que o impossível pode ser realidade. A maior parte das minhas composições visam transportar os espectadores para um universo em que o impossível se torna sensorial. Outras vezes, a ilusão apenas serve para "prototipar" um futuro onde algo será finalmente possível. Outras vezes ainda, são provocações que procuram despertar consciências para o quão fácil é a fraude e o engano. Foi o que aconteceu no final de ter previsto os números do totoloto em 1995. Nessa altura tive um discurso que apelava precisamente a que não fossemos tão "leves do crer". Ceticismo q.b. é algo que deveríamos cultivar com maior frequência…

IM: Quais são os teus mágicos de referência? Pensas que eles se refletem de alguma forma no teu trabalho ou no teu talento?

LM: Desde miúdo que admiro o mágico britânico Paul Daniels. Quando admiramos alguém próximo da nossa geração, o perigo da cópia é eminente e é quase inevitável cair nessa tentação. No caso de Paul Daniels, tudo nos separa em termos de idade, imagem ou estilo. Contudo, é para mim evidente tudo quanto aprendi simplesmente a ver os seus programas ou assistir aos seus espetáculos ao vivo. Sigo-o e admiro-o há mais de 30 anos. Hoje tenho a enorme sorte e privilégio de ser seu amigo pessoal e visita de casa. A amizade é recíproca e, quem sabe, o respeito também. Ele sabe, que eu sei, que sou o que sou, em grande parte, pelo que com ele aprendi.

IM: Qual o momento do teu percurso artístico que mais te marcou?

LM: Não apagaria nenhum momento desse percurso, cresci com todos eles. Os de menor êxito ensinam-nos mais, os de maior glória dão-nos força.
Sempre lutei pela dignificação da arte mágica e, tanto quanto possível, por colecionar momentos em que reveja o meu melhor num determinado espaço e tempo.
Naturalmente, recordo com grande carinho a "previsão do totoloto", a primeira série de magia que a chegar ao horário nobre da televisão e aí se manter durante anos por períodos de seis meses, o meu primeiro espetáculo a chegar a um Teatro Nacional, a passagem pela Sydney Opera House ou o Dubai World Trade Center e, mais recentemente, o espetáculo Impossible com que, este ano, esgotámos cinco semanas seguidas no coração do West End londrino.
Porém, na área artística somos sempre tão bons quanto a nossa última criação. Por isso mesmo a luta é constante e a evolução permanente.

"Somos sempre tão bons quanto a nossa última criação"

IM: Qual o truque que sentes como o mais marcante? Porquê essa escolha?

LM: É sempre o espetáculo que vou fazer a seguir. Encaro-o, por natureza, como o último que farei. Como dizia o Steve Jobs, um dia assim será…

IM: Quais foram os espetáculos que te deram mais gozo?

LM: Um espetáculo, para mim, é sempre uma partilha coletiva de emoções. Por isso mesmo, são sempre únicos e de difícil comparação. Tendo sempre a recordar-me dos mais recentes por serem os mais fiéis à minha própria evolução.
Por exemplo, há semanas, fui pela primeira vez ao Brasil. Depois de décadas na dúvida de como reagiriam os cariocas, acabo de trazer do Rio de Janeiro a memória de um Teatro Bradesco cinco vezes esgotado na sua máxima capacidade e dessas 5.000 pessoas a aplaudirem de pé. É difícil esquecer momentos como esses…

IM: Sabe bem sentir o reconhecimento do público português?

LM: Claro que sim! Eu penso e sinto em português. É no nosso código linguístico que sinto comunicar o melhor que posso. O público português sempre me tratou com carinho e dignidade. Estarei eternamente grato e até fico sem jeito quando percebo que assistem múltiplas vezes a cada um dos meus espetáculos.

IM: Recebeste o mais cobiçado prémio do The Magic Circle, o "The Devant Award". Era algo que ambicionavas?

LM: Receber o "The Devant Award" não é algo com que se sonhe ou que tentemos obter por nos apresentarmos a concurso. O mais antigo e respeitado clube de mágicos do mundo, o The Magic Circle, escolhe anualmente a pessoa que, no seu entender, merece essa distinção. Foi algo que recebi com indiscritível surpresa e enorme honra. No ano seguinte foi atribuído a David Copperfield e, este ano, ao octogenário estadunidense Johnny Thompson.
Respeito todas as distinções que até hoje recebi e, apesar de premiarem o passado, encaro-as como uma responsabilização do futuro.

IM: Criaste o Estúdio 33, onde reúnes uma vasta equipa de profissionais. Este era um dos teus sonhos?

LM: Há mais de duas décadas que, diariamente, das nove às seis, às vezes seis da manhã do dia seguinte, escolhi trabalhar em equipa. Uma equipa que cresceu junta e que todos os dias continua a aprender e a evoluir. Haja ou não espetáculos ou programas de televisão, procuramos estar sempre um passo à frente, reinventando a nossa forma de estar na arte.
Há alguns anos decidi desenhar e construir o nosso "quartel general", o Estúdio 33. O meu querido e admirado amigo Ricardo Pais ajudou-me a defini-lo… ▸

Fotos Ana Dias

chamamos-lhe "uma caixa aberta à porta fechada". É um teatro, um estúdio de televisão, uma sala de ensaios, um espaço polivalente para todo o tipo de eventos.
No Estúdio 33 estão os nossos escritórios e as nossas oficinas, mas também a minha biblioteca com cerca de 5.000 volumes, onde se incluem obras publicadas desde o século XVI até à contemporaneidade.
É o espaço em que criamos mas também onde outros mágicos vêm, por vezes, fazer residências artísticas ou, por exemplo, onde realizámos por três anos consecutivos o primeiro congresso mundial de magia exclusivamente *online* e que, a partir de Ansião, foi transmitido, em direto, com qualidade HD, para 74 países do mundo. Durante três anos seguidos, 77 dos mais brilhantes mágicos à escala global partilharam a sua genialidade com o mundo a partir de Ansião.

IM: Já sacrificaste algo em prol da magia?

LM: Todos os dias. A vida é feita de escolhas. As menos fáceis são as que acabam por nos definir. Dedicar-me a esta área não era, nem é, uma escolha óbvia e simples. Quem escolhe esta forma de arte, sem real paixão, entrega e trabalho, ou seguindo por atalhos, plágios, ou por qualquer outro motivo ainda menos digno, acaba sempre como cantor de *karaoke* que pensa que é estrela internacional. O tempo e energia que diariamente dedico à arte mágica são infinitamente superiores ao tempo que passo em cima de um palco ou num ecrã de televisão. Será sempre o trabalho, e apenas esse, que poderá distinguir os homens dos meninos...

"Será sempre o trabalho (...) que poderá distinguir os homens dos meninos"

IM: Que conselhos podes dar aos jovens ilusionistas que queiram tornar-se profissionais na área e abraçar a magia em toda a sua plenitude?

LM: Contrariamente a um emprego normal, não acredito em escolhas forçadas, ou fórmulas infalíveis, que permitam que nos tornemos "artistas profissionais". Há sempre uma conjuntura que apoia ou não essa escolha. Uma réstia de coragem, um qualquer talento por mais discreto que seja e, acima de tudo, uma entrega inequívoca e sem retorno marcado ou sequer garantido. Penso que as oportunidades surgem e se, por ventura, estivermos minimamente preparados, poderemos ter ou não a lucidez dessa escolha. Há cerca de um ano, no decorrer de uma palestra no Young Magicians Club do The Magic Circle, em Londres, fizeram-me essa mesma pergunta. A resposta que dei foi inesperada, mas ainda não mudei de opinião. Acho que o melhor que podemos fazer é investir em nós e nas nossas capacidades, lendo muito e aprendendo línguas.
Vivemos numa aldeia global estranhamente ainda dividida por códigos de comunicação, que valorizam mais a forma como nos expressamos, em vez daquilo que temos para transmitir ou receber. Todos, mas especialmente os artistas, devem estar preparados para chegar ao maior número possível de "observadores" que, quem sabe, talvez considerem interessante o que temos para partilhar.

IM: Se vivêssemos num mundo onde não houvesse espaço para a ilusão, para uma abordagem etérea da vida, quais teriam sido os teus outros interesses?

LM: A arte é, por definição, etérea. Existe apenas quando o observador lhe confere essa condição. Não haver ilusão é admitir a total ausência de arte no nosso universo, o que naturalmente é de difícil aceitação.
Mas enquanto "observador", o que mais gosto de fazer é aprender. Sinto que um dos processos que mais exercita a nossa condição humana é precisamente a possibilidade de aprender, mudar de opinião, conhecer, conhecer outras formas de pensar, e fazer, e sobre elas refletir na busca do conhecimento e da exaltação da nossa raça. Somos o que sabemos. A jusante e a montante do que fazemos no nosso dia-a-dia está tudo aquilo que ainda não aprendemos. Saber mais aumenta a nossa caixa de ferramentas. Eu não suporto a ideia de chegar ao final de um dia sem ter aprendido algo novo.

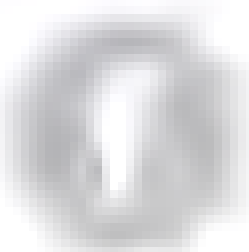
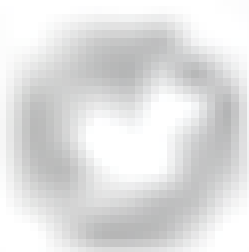
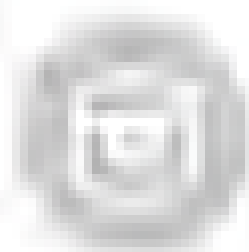
IM: És capaz de resumir o seu trabalho em poucas palavras?

LM: Um amigo meu chamado Max Maven define a magia como "a representação estética do mistério". Acho essa definição absolutamente brilhante. Para mim, porém, é uma forma de expressão que estimula a capacidade de sonhar. Faço o que gosto, como gosto, e disfruto integralmente do processo, desde a criação, à construção e, por fim, à partilha.

IM: Por que caminhos passam os teus planos a longo prazo?

LM: Aprender mais, criar mais, crescer e experimentar a felicidade.

IM: Maravilhar o público com os teus truques de magia é o que desejas fazer para o resto da vida?

LM: O compromisso que há muito assumi comigo passa por fazê-lo enquanto me sentir realizado e, naturalmente, enquanto sentir que o meu trabalho se reflete positivamente no rosto daqueles que a ele assistem. Deixei para trás a progressão numa carreira académica em troca da liberdade da escolha de como ocupo os meus dias. Não trocarei essa condição por impor a mim mesmo fazer algo para sempre, sobretudo quando não sabemos quanto é esse sempre. ●

/INSOMNIA
MAGAZINE
ONLINE

@INSOMNIA
MGZINE

@INSOMNIA
_MAGAZINE

HANNA

POR NUNO BRITO

VIAGEM PELA VIAGEM

"Pela minha parte, não viajo para ir a parte nenhuma, mas para ir. Viajo pela viagem. A grande questão é mover-me; sentir as necessidades e as dificuldades da nossa vida um pouco mais de perto, sair deste leito de penas da civilização e descobrir o globo de granito sob os pés e coberto de pedras cortantes."
– Robert Louis Stevenson

Foto: Roger McLassus

BREAKING BAD EXPERIENCE

É possível visitar grande parte dos locais da famosa série "Breaking Bad". Não espere mais. Rume a Albuquerque!

POR JOANA CLARA

É fã de "Breaking Bad"? Gostaria de embarcar numa verdadeira *road trip* pelos bastidores? Sim, é possível! A trama desenrola-se na em Albuquerque, Novo México, EUA. A cultura latina está fortemente enraizada e este é um dos principais motivos que leva os apreciadores desta série televisiva a visitar os cenários que lhe servem de palco: a pé, de bicicleta, de carro ou numa *limousine*, apesar de esta última opção não estar ao alcance de todos os bolsos.
Fique a saber que dar um passeio por este estado norte-americano é considerado, por muitos, uma verdadeira aventura fotográfica: vai querer captar registos das casas e das paisagens para mais tarde recordar a experiência. Paragem obrigatória? O número 3828: a casa da família White, os protagonistas. Visite ainda o escritório de Saul, a lavandaria Brillante, o restaurante Denny's e o Grove Café.
Considerada pela crítica como uma das séries mais rentáveis e impactantes da história da televisão, "Breaking Bad" arrasta consigo uma legião de fãs que não consegue descolar os olhos do ecrã. A narrativa que se desenrola a um ritmo alucinante apresenta uma carga dramática intensa, mas nem isso a impede de fazer acelerar os corações de quem se entrelaçou à tragédia que se abateu sobre Walter White, um professor de química pouco popular e uma mente alheada da realidade.
Personagem brilhantemente interpretada pelo ator Bryan Cranston, Walter White dá-nos a conhecer o seu núcleo familiar, que parece ter uma nuvem negra a pairar sobre si: o filho adolescente sofre de paralisia cerebral e é um dos principais motivos da sua preocupação. Para complicar ainda mais a sua malfadada existência, a mulher, Skyler, encontra-se grávida no momento em que a personagem principal, na qual concentramos a nossa máxima atenção, é diagnosticada com cancro nos pulmões. Para lidar com esta avalanche emocional, o professor envolve-se numa série de crimes, passando a produzir e a comercializar metanfetaminas com o seu ex-aluno Jesse Pinkman, para poder assegurar o futuro financeiro da sua família em caso de morte.
"Breaking Bad" entrou para o Livro do Guiness, em 2014, tendo já acumulado uma panóplia de prémios e de distinções arísticas, entre elas 16 Primetime Emmy Awards, oito Satellite Awards e dois Globos de Ouro. Além disso, ninguém lhe tira o trono na categoria de série mais bem cotada no IMDb.

MINI BAR

Uma caixinha cheia de surpresas gastronómicas no Teatro São Luiz.

POR CARLOS DIQUERCIA

O Mini Bar é um bar gastronómico com base em, acreditem ou não, Mini pratos. É também talvez o espaço do ubíquo *chef* José Avillez mais ligado ao Belcanto, disponibilizando pratos deste último de 'coleções' anteriores. Belcanto *revisited*? Um pouco.
A ementa está ligada ao teatro. Tem dois menus de degustação e possibilidade de se aventurar *à la carte*. Tudo servido em atos. Caipirinhas para comer? Ferrero Rocher de *foie gras*? Claro que sim! Aqui a confeção é de excelência, o serviço é competente e tudo é apresentado com criatividade.
Desenhei a minha própria peça e não me arrependi. Entrei sem saber bem ao que ia e tive uma experiência sublime. Uma das melhores surpresas do último ano.
RUA ANTÓNIO MARIA CARDOSO 58, 1200-027 LISBOA

RED FROG

O anfíbio vermelho que esconde um dos bares mais cool *da capital.*

E se um dia em Lisboa abrisse um bar que tivesse logo à partida a ambição de estar entre os melhores do mundo? E se esse bar explorasse o conceito de *speakeasy*, fosse preciso tocar a campainha para entrar e tivesse uma sala secreta?
O Red Frog é esse bar, de inspiração notória nos bares que surgiram durante a Lei Seca nos Estados Unidos da América e que nos convida a deixar a realidade do presente cá fora. É um local intimista com decoração *vintage*, para esquecer o telemóvel (o sinal é muito fraco) e se deliciar com os *cocktails* de autor dos dois *barmen* responsáveis.
Atrás do bar estão, bem iluminados, os ferrans das bebidas espirituosas e condutores capazes.
Uma campainha para se tocar e voltar a tocar. As vezes que forem precisas.
RUA DO SALITRE 5A, 1250-196 LISBOA

Fotos © Mini Bar Nuno Pedro

A TOURIGA, A MONTANHA E O MAR

O mercado do gin *nacional está em franco crescimento. Fomos conhecer o Gold Grail e o Friends, dois novos* gins *portugueses que prometem surpreender.*

POR CARLOS DIQUERCIA

O mercado português de *gin* está mais vivo que nunca, com o aparecimento de vários novos produtos a tentarem encontrar o seu lugar ao sol nas sobrelotadas prateleiras dos bons bares do país e, porque não dizer, nos já muito bem compostos bares pessoais de muitos dos portugueses.

Até agora apenas o Sharish Gin se tinha imposto aos pesos pesados que vêm dos quatro cantos do mundo. A pergunta que se coloca é: serão os *gins* portugueses uma consequência da tão falada moda do *gin*, destinados a desaparecer com o tempo, ou terão capacidade para conquistar e sobretudo se manterem no mercado?

De entre as diversas novidades que têm aparecido no horizonte, recentemente surgiram dois nomes que se destacam: o Friends e o Gold Grail, ambos com uma forte ligação ao país de produção.

Gold Grail

O Gold Grail é o produto da vontade de um empresário de Aveiro que quis fazer um *gin* que aliasse "a robustez da montanha à frescura do mar". É um conceito interessante, apoiado na utilização de dois botânicos chave: a flor de carqueja (montanha) e a salicórnia (mar), esta última já usada noutro *gin* nacional também relativamente recente, o Nautilus. Para além dos suspeitos do costume, outros dois botânicos interessantes foram usados na produção: a haba tonka e as sementes de goji. Na INSOMNIA Magazine ainda não o provámos, mas estamos de tal forma curiosos por saber como é que o equilíbrio entre mar e montanha resultou, que nem temos dormido. É que no *gin*, nem tanto ao mar, nem tanto à terra. O denominador comum dos grandes produtos acaba ser por sempre o seu equilíbrio. Se este equilíbrio foi conseguido poderemos ter aqui um produto muito interessante e diferenciador. Nota-se uma aposta forte da marca na sua conceção, tendo encomendado inclusive um alambique, também ele nacional, à medida das necessidades do *gin* que quer a produzir.

Uma nota em relação ao nome, que evoca a alquimia medieval e o conceito da transmutação de metais inferiores em ouro como o *graal* dos alquimistas. Esta referência acaba por ser um pouco confusa, sobretudo porque na base de um bom *gin* é preciso que a matéria prima seja já de si da mais alta qualidade, sem necessitar de uma transmutação que a torne superior. Compreendemos a analogia, mas ainda assim entendemos que esta possa gerar alguma confusão.

Vendido em garrafas de 50 cl e diluído até aos 42% Vol., o futuro dirá se o produtor tem neste *gin* a sua pedra filosofal.

Friends

É precisamente entre a montanha e o mar que encontramos aquela que é designada a mais nobre das castas portuguesas: a Touriga Nacional. As suas passas, que sofrem uma primeira maceração em barricas de carvalho, são o botânico chave do outro novo *gin* português que abordaremos neste número. Falamos, pois, do Friends. A utilização da Touriga Nacional não é de estranhar se tivermos em conta os seus criadores: Tiago Cabaço, produtor de vinhos e Luís Ferreira, engenheiro agrónomo. Estes dois amigos (está assim desvendado o mistério do nome...) reuniram-se para criar um destilado que "refletisse o caráter da viticultura portuguesa". Segundo eles, foi um processo de cerca de quatro anos de destilações contínuas até conseguirem o resultado final, um *gin* aromático que combina 38 botânicos e possui um toque frutado e cítrico. A ligação dos produtores ao vinho, o seu *know-how* e o caracter muito fresco que o *gin* adquire quando lhe juntamos uma tónica, deixa bons indícios relativamente ao seu sucesso no mercado português, que é sabido absorver bem este tipo de perfil.

Este *gin* de amigos é engarrafado a 43% Vol. e tem um rótulo ao estilo *vintage* da autoria do *atelier* Rita Rivotti Wine Branding & Design, com um cão e um gato a ilustrarem as diferentes personalidades dos dois produtores e a sua aliança para a criação do Friends.

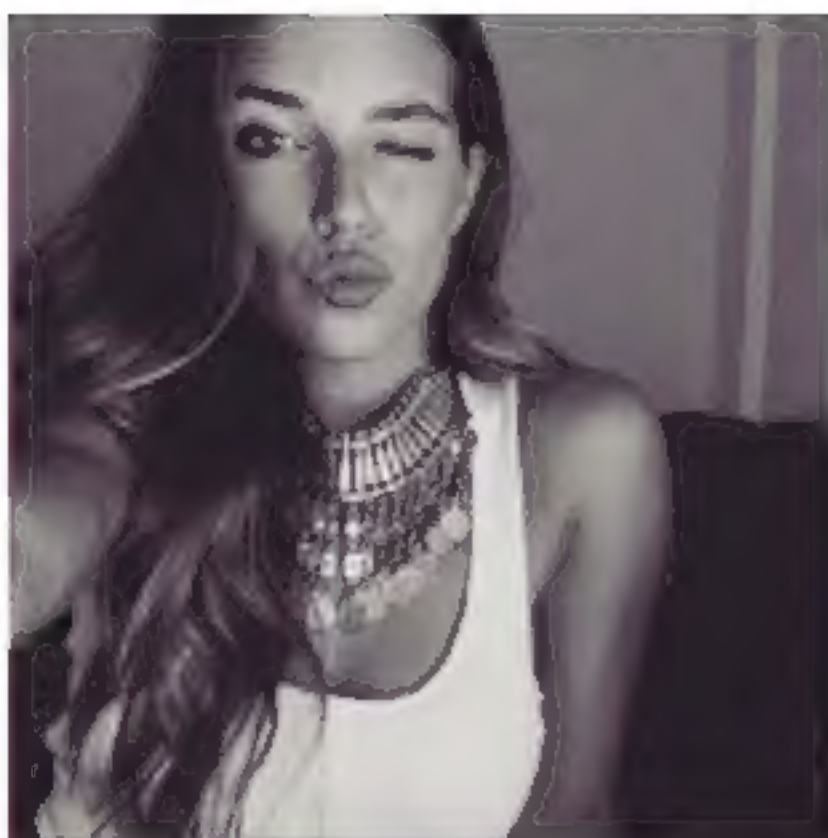
Duas apostas distintas, com o ponto comum de terem no seu conceito de produção uma forte componente nacional, mas curiosamente ambas com nomes em inglês.

Passados mais de dois anos do lançamento do Big Boss, que abriu as hostilidades e marcou o momento a partir do qual começou a ser notório que haveria mercado para uma produção nacional, o consumidor está mais exigente, mais atento e mais seletivo. Por isso é preciso que a produção nacional esteja atenta e crie produtos diferenciadores e com boa qualidade.

Tal como acontece com os vinhos, em que existe um casamento perfeito entre os portugueses e a produção nacional, é fundamental que no mercado do *gin* essa confiança e essa qualidade também exista. É isso que esperamos do Friends e do Gold Grail.

Foto © Gold Grail

redicall
$

vodafone P
15:46
80%
+442071539000
Mary work
1
2
3
4
5
6
7
8
9
*
0
#

FOLLOW BÁRBARA

Fomos espreitar as fotos da musa da Intimissimi no Instagram.

Bárbara Lourenço tem 23 anos e foi escolhida para representar a famosa marca de *lingerie* italiana Intimissimi. A modelo participou no *casting* promovido pela marca através do Instagram e destacou-se entre as 15 mil candidatas a nível internacional. Não é de admirar, pois a beleza da jovem portuguesa, que também é atriz na telenovela da SIC, "Sol de Inverno", é absolutamente cativante.
Bárbara faz parte das oito musas selecionadas, que incluem duas manequins italianas, uma espanhola, uma polaca, uma russa, uma austríaca e uma húngara, que irão representar a beleza da "mulher real" na campanha #ImAStory da Intimissimi.

Siga a Bárbara em:
instagram.com/barbaralourenco_

Fotos: instagram.com/barbaralourenco_

TÉCNICAS PARA IMPRESSIONAR MULHERES
sem gastar nenhum dinheiro. A sério!

POR CÉSAR FERREIRA

PARTE 1: "Deixa acontecer naturalmente"
"Não procures as mulheres, deixa acontecer naturalmente" - é ou não o que elas costumam dizer-nos quando a coisa está difícil para arranjar mulher? Tudo "naturalmente". Pois, a mulher quando arranja namorado também o faz naturalmente: abre o Facebook, naturalmente vê dez pedidos de amizade masculinos; naturalmente que ela aceita alguns; naturalmente alguns deles convidam-na para tomar um café; naturalmente ela - mais dia menos dia - acaba por aceitar um deles; naturalmente a conversa dele corre bem; umas horas depois ele rouba-lhe um beijo e naturalmente acaba ela com um marmanjo entre as virilhas. Tudo natural, sem forçar. Naturalmente os homens não são as mulheres. Fossem os homens tão naturais quanto elas, procriávamos todos ao ritmo de ursos pandas sexagenários e lá ia a espécie humana fazer companhia aos dinossauros.

PARTE 2: Que mulheres impressionar?
Lembro-me da Natália. A Natália até era simpática. Dizia sempre que não era gorda mas que era larga de ossos. Uma vez suspirou e disse: "Nunca mais vem o verão para eu ir para a praia e queimar as espinhas das costas".
Definitivamente a Natália não é o tipo de mulher que queremos impressionar. É que para além de não assumir que não se sente bem com a sua abundância carnal, tenta convencer que ter maior percentagem de peso em ossos é *sexy*.
Não é, Natália. Vai lá queimar ao sol e tem cuidado com as bolas de berlim que lá impingem a quem é largo de ossos.

PARTE 3: Afinal, ter dinheiro é fundamental para arranjar mulher?
Não é. Para arranjar: não; para mantê-la: sim. A maioria delas esquece-se dessa importância quando ainda estão apaixonadas. Por isso, aproveite bem enquanto ela não volta ao seu estado natural.
Todos sabemos que as mulheres fazem as suas escolhas na comparação com as outras. Se não quer ter uma mulher que se compare às amigas, convença-a desde logo a viverem numa pequena cabana no nordeste transmontano, local normalmente escolhido para recarregar baterias. Vai ver que ela vai recarregar tantas vezes a bateria que acaba por ficar viciada (zau: metáfora tecnológica). Ela vai adorar lavar as mãos com areia e aproveitar as vossas fezes para estrumar os morangos. Agora cabe-lhe a si escolher se ainda quer uma mulher a cheirar a fezes.

PARTE 4: Como seduzir sem dinheiro?
Tenha em atenção que os meus conselhos são muito eficazes já que são levemente inspirados num famoso guru do engate. Há dias surpreendeu todos os seus seguidores ao aparecer publicamente com a namorada cujo *sex appeal* consegue ombrear com o da Teresa Guilherme acabada de fazer a ultramaratona que atravessa o deserto de Death Valley.
Você pode ser um roto, mas se tiver confiança sempre pode tentar impressioná-la.
Seja confiante. As mulheres adoram confiança. A sua confiança terá de ser capaz de lhe dizer:
- Tenho um projecto que consiste em fabricar canivetes suíços com bananas do Azerbaijão.
Parece-lhe ridículo? Pois, é ridículo. Parece-lhe ridículo tentar dizer isto de forma séria até parecer credível? Aí, meu amigo - se acha que sim - você acaba de explicar todo o seu insucesso com as mulheres. Aconselho-o que repita a frase até parecer credível. Afinal de contas, para elas a forma e a atitude contam mais que o conteúdo.
Se você for corcunda e cheirar mal dos pés, pergunte a uma mulher:
- Qual é o teu género de homem?
Ela responde:
- São os morenos, altos, e tímidos.
Então você entra à campeão:
- Não, não são. - diz você firme e assertivo.
- Não são? - repare que ela já põe as convicções dela em causa.
- Não. Você tem cara de gostar dos marrecos e barbudos. - se ela ainda hesitar, reforce - Vê-se isso perfeitamente pela disposição dos seus dedos dos pés.
Em último recurso use a astrologia e invente coisas do signo dela. Está no papo. Confiança!
Agora vou só ligar ao meu pai para lhe contar que entrei numa revista masculina que, não dedicada prioritariamente ao futebol nem a carros, satisfaz os desejos do homem moderno. É só para ver a reacção dele.